

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Siti Arifah
Nim : 083134146
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Tempat, tanggal lahir : Jember, 11 November 1992
Alamat : Jl. Banyuwangi No. 146 Mayang- Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang (Studi Kasus Pasar Tanjung Kab.Jember)" adalah benar- benar karya asli saya, kecuali kutipan- kutipan yang disebut sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jember, 06 Oktober 2017



Siti Arifah
NIM : 083 134 146

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR
TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN PARA PEDAGANG DI PASAR TANJUNG**

SKRIPSI

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

Oleh :

Siti Arifah
NIM : 083 134 146

Disetujui Pembimbing :



Nurul Setianingrum, SE.,MM.
NIP. 19690523 199803 2 001

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR
TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN PARA PEDAGANG DI PASAR TANJUNG**

SKRIPSI

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



Oleh :

SITI ARIFAH
NIM : 083 134 146

Dosen Pembimbing:

Nurul Setianingrum, SE.,MM.
NIP.19690523 199803 2 001

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2017**

ABSTRAK

Siti Arifah, Nurul Setianingrum, SE.,MM 2017: Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Tanjung.

Pasar adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual melalui pengembangan berbagai program dilakukan. Program pengembangan pasar terkadang di dalam program-program pengembangan pasar terkadang tidak mengalami peningkatan pendapatan tetapi penurunan dalam pendapatan kenyataannya sudah dilakukan berbagai program tetapi berbeda di pasar Tanjung mengalami peningkatan. Oleh karena itu, dalam konteks pembahasan ini mengenai analisis strategi pengembangan pasar tradisional di pasar Tanjung.

Fokus kajian yang diteliti skripsi ini adalah: 1) Apa saja ragam strategi pengembangan di pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang? 2) Apa analisis strategi pengembangan pasar tradisional di pasar Tanjung 3) Bagaimana pelaksanaan program pengembangan di pasar Tanjung?

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui ragam strategi pengembangan pasar tradisional di pasar Tanjung. 2) untuk mengetahui analisis strategi pengembangan di pasar Tanjung. 3) untuk mengetahui pelaksanaan program pengembangan di pasar Tanjung.

Untuk mengidentifikasi permasalahan, penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan jenis penelitian lapangan. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Dan analisis data menggunakan analisis deskriptif. Untuk menguji keabsahan data menggunakan uji kredibilitas atau tingkat kepercayaan, dan menguji kredibilitas data penelitian kualitatif menggunakan triangulasi sumber. Adapun tahap-tahap penelitian adalah memasuki lapangan, selama dilapangan, selesai dilapangan, penulisan laporan.

Penelitian ini memperoleh kesimpulan: 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. 3) Pelaksanaan program pengembangan pasar Tanjung disesuaikan dengan peraturan pemerintah daerah yang ada di Kabupaten Jember.

Bahwa secara umum program pengembangan di pasar Tanjung di dalam ragam strategi pengembangan adaprogram revitalisasi, pendirian koperasi, promo pasar yang dapat memberikan peningkatan pendapatan kepada para pedagang.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Pasar Tradisional, Pendapatan.

ABSTRACT

Siti Arifah, Nurul Setianingrum, SE., MM 2017: Analysis of Traditional Market Development Strategies In Increasing The Income Of Traders in Tanjung market.

The market is where buyers and sellers meet through the development of various programs. Sometimes market development programs in market development programs sometimes do not experience an increase in income but a decrease in income has actually been implemented but different programs in the Cape market has increased. Therefore, in the context of this discussion on the analysis of traditional market development strategies in Tanjung market.

The focus of the study under study of this thesis is: 1) What are the various development strategies in Tanjung market in increasing the income of the traders? 2) What is the analysis of traditional market development strategy in Tanjung market 3) How is the implementation of development program in Tanjung market?

The purpose of this research is 1) to know the variety of traditional market development strategy in Tanjung market. 2) to know the analysis of development strategy in Tanjung market. 3) to know the implementation of development program in Tanjung market.

To identify the problem, the research used a qualitative approach and the type of research used field research type. The data collection techniques using observasi, interview, documentation. And data analysis using descriptive analysis. To test the validity of data using credibility test or trust level, and test the credibility of qualitative research data using source triangulation. The stages of research is to enter the field, during the field, completed the field, report writing.

The research concludes: 1) Analysis of Tanjung market development strategy in increasing the income of the first traders is carried out an environmental analysis that influences the increase of the merchant's income both from the power in Tanjung market. 2) Variety of market development strategy of Tanjung there is addition of amount with revitalization, addition of function with establishment of cooperative, and market expansion with market promo through this program increase of income has increased. 3) The implementation of the Tanjung market development program is in line with local government regulations in Jember District.

Whereas in general the development program in Tanjung market in various development strategy is revitalization program, establishment of cooperatives, market promo which can give increase of income to the traders.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBEHAN.....	v
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Definisi Istilah	12
F. Sistematika Pembahasan	14
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	16
A. Penelitian Terdahulu	16
B. Kajian Teori.....	21
1. Analisis	21
2. Strategi Pengembangan	21
3. Pengembangan Pasar Tradisional	24

4. Pendapatan.....	28
5. Dasar Hukum Pengembangan Pasar Tradisional	30
6. Revitalisasi Bentuk Pengembangan Pasar Tradisional.....	31
7. Perumusan strategi pengembangan	32
8. Implementasi strategi pengembangan	35
9. Evaluasi strategi pengembangan	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian	39
C. Subyek Penelitian	39
D. Teknik Pengumpulan Data	40
E. Analisis Data	43
F. Keabsahan Data.....	44
G. Tahap-tahap Penelitian	45
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	47
A. Gambaran Obyek Penelitian	47
1. Letak Geografis Unit Pasar Tanjung Kab. Jember.....	47
2. Sejarah Berdirinya Unit Pasar TanjungKab. Jember	47
3. Visi dan Misi Unit Pasar TanjungKab. Jember.....	51
4. Struktur OrganisasiUnit Pasar Tanjung Kab. Jember	53
B. Penyajian Data dan Analisis.....	64
1. Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tanjung dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang.	61

2. Ragam Strategi Pengembangan Pasar	
Tanjung dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang.	61
3. Pelaksanaan program Pengembangan Pasar Tanjung	
Kabupaten Jember	77
C. Pembahasan Temuan.....	78
1. Ragam Strategi Pengembangan pasar Tanjung	
Kabupaten Jember	79
2. Analisis strategi pengembangan pasar Tanjung	
Kabupaten Jember	84
3. Pelaksanaan program-program pasar Tanjung	
Kabupaten. Jember.	85
BAB V PENUTUP	107
A. Kesimpulan Saran	107
B. Saran-saran	108
DAFTAR PUSTAKA	109
PERNYATAAN KEASLIAN	
LAMPIRAN- LAMPIRAN:	
1. Matrik Penelitian	
2. Surat Pernyataan Keaslian	
3. Data Laporan Peningkatan Pendapatan Pedagang dapat Dilihat Hasil Retribusi Pasar Tanjung Tahun 2016	
4. Foto	
5. Surat Ijin Penelitian	

6. Surat Rekomendasi
7. Surat selesai penelitian
8. Jurnal penelitian
9. Biodata Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam cita-cita bernegara adalah mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur termasuk di Negara Indonesia untuk mewujudkan cita-cita itu maka perlu melaksanakan pembangunan melalui pembangunan pemerintah bermaksud meningkatkan kemakmuran masyarakat secara bertahap dan berkesinambungan, yaitu dengan cara meningkatkan konsumsinya karena peningkatan konsumsi sangat tergantung pada peningkatan pendapatan dan peningkatan pendapatan sangat tergantung pada peningkatan produksi maka sebagai pelaku ekonomi setiap anggota masyarakat selayaknya turut serta dalam proses pembangunan secara teoritis, bila semua ikut menghasilkan maka semua akan ikut menikmati dengan demikian terwujudlah masyarakat yang adil dan makmur yang di cita-citakan.¹

Pembangunan ekonomi sebagai suatu proses yang menyebabkan pendapatan penduduk atau suatu masyarakat meningkat. Dimana kenaikan pendapatan merupakan suatu pencerminan dari timbulnya perbaikan dalam kesejahteraan ekonomi masyarakat, tujuan pembangunan ekonomi harus dipandang sebagai suatu proses multidimensional yang mencakup berbagai perubahan mendasar atas struktur sosial, sikap-sikap masyarakat, dan institusi-institusi nasional, disamping tetap mengejar akselerasi pertumbuhan ekonomi,

¹Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 139.

penanganan ketimpangan pendapatan akan tetapi diikuti dengan pemberantasan kemiskinan, penyediaan lapangan kerja, pendidikan yang lebih baik, peningkatan standar kesehatan, perbaikan kondisi lingkungan hidup, pemerataan kesempatan, pemerataan kebebasan individual, dan penyegaran kehidupan budaya.²

Pembangunan ekonomi merupakan bagian dari pembangunan nasional, sedangkan pembangunan nasional dilaksanakan secara berencana, menyeluruh, terpadu, terarah, bertahap dan berkesinambungan dalam rangka mewujudkan kehidupan yang sejajar dan sederajat dengan bangsa lain.

Pembangunan ekonomi merupakan bagian dari pembangunan nasional dan secara hakikat pembangunan nasional Indonesia adalah pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan masyarakat Indonesia secara keseluruhan dengan Pancasila sebagai dasar, tujuan, dan pedoman pembangunan nasional. Pembangunan yang dilaksanakan pemerintah Indonesia meliputi pembangunan desa dan kota, pembangunan yang dilaksanakan di desa dan dikota disebut pembangunan daerah, pembangunan daerah sangat erat kaitannya dengan proses desentralisasi pembangunan yang berkembang pada saat ini.³

Dalam GBHN 1993 ditegaskan bahwa, pembangunan daerah perlu senantiasa ditingkatkan agar laju pertumbuhan antar daerah semakin seimbang dan serasi sehingga pelaksanaan pembangunan nasional serta hasil-hasilnya semakin merata diseluruh Indonesia, selanjutnya ditegaskan pula bahwa pembangunan daerah perlu dilaksanakan secara terpadu, selaras, serasi dan

² Tisnawati Sule Ernie & Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenada Media Group,2005),15.

³ Lia Amalia, *Ekonomi Pembangunan* (Yogyakarta:Graha Ilmu,2007),10.

seimbang, serta diarahkan agar pembangunan yang berlangsung disetiap daerah sesuai dengan prioritas dan potensi daerah.⁴

Ada beberapa kata kunci mengenai pembenahan daerah yang terkandung dalam GBHN yang perlu dikaji yaitu :

1. Pembangunan daerah disesuaikan dengan prioritas dan potensi masing-masing daerah, mengandung makna pada kesadaran pemerintah untuk melakukan desentralisasi pembangunan terutama berkaitan dengan beberapa sektor pembangunan yang sudah dipandang mampu dilaksanakan di daerah masing-masing.
2. Adanya keseimbangan pembangunan antar daerah mengandung makna pada adanya kenyataan bahwa masing masing daerah memiliki potensi baik alam, sumber daya manusia, maupun kondisi geografis yang berbeda-beda, yang menyebabkan ada daerah yang memiliki potensi untuk berkembang lebih cepat dan sebaliknya tidak berkembang karena sebuah keterbatasan yang dimiliki.

Sistem perekonomian yang ada di Indonesia memang merupakan suatu sistem perekonomian kerakyatan dan untuk melaksanakan suatu pembangunan agar berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan maka di perlukan sebuah strategi.⁵

Strategi berhubungan dengan rencana yang menentukan arah suatu organisasi untuk mencapai tujuannya atau rencana tindakan untuk

⁴ PrijinoTjiptoerijanto.*Prospek Perekonomian Indonesia dalam Rangka Globalisasi.*(Jakarta: Rineka Cipta.1997),44.

⁵ Lia Amalia. *Ekonomi Pembangunan* (Yogyakarta: Graha Ilmu. 2007), 65.

meningkatkan kemampuan dari bagaian-bagian (*department*) dalam suatu organisasi untuk menciptakan nilai untuk itu diperlukan sebuah taktik.

Taktik adalah tahap-tahap atau langkah-langkah untuk melaksanakan strategi, jika manajemen sudah merumuskan tujuannya yaitu pengembangan strateginya maka selanjutnya akan dilakukan sebuah taktik agar dapat terlaksana. Taktik dalam pengembangan pasar tradisional melalui program-program yang dikeluarkan sehingga nantinya sesuai dengan tujuannya dan pada dasarnya tujuannya memberikan peningkatan pendapatan pada para pedagang.⁶

Strategi pengembangan (*Expansion Strategi*), dilakukan oleh unit usaha yang baru atau sedang merintis, serta perusahaan yang sedang banyak mendapat peluang dalam memajukan bisnisnya, perusahaan yang punya ide cemerlang atas produk yang lama atau terbaru dan variasi atau ragam strategi pengembangan terdiri dari :

1. Penambahan Jumlah

Penambahan jumlah produk dengan inovatif berbeda atau penambahan jumlah produk dilakukan untuk memenuhi permintaan, meningkatkan kerjasama (mitra bisnis), dan menambah jumlah (menambah SDM dan sumber daya), kerja sama (mitra).

⁶ Muhardi. *Strategi Operasi* (Yogyakarta: Garha Ilmu.2007),27.

2. Penambahan Fungsi

Penambahan fungsi perusahaan salah satunya dengan menambah fasilitas (gedung, cabang, alat-alat usaha, alat-alat produksi, SDM dan sumber daya lainnya).

3. Perluasan Pasar

a. Perluasan Pasar

Pasar yang menarik minat pembeli, seperti mengikuti tema yang sedang tren, dan lain-lain untuk produk yang memenuhi kebutuhan manusia, sesuai dengan tingkatannya seperti kebutuhan ekonomi, biologis, keamanan, kenyamanan, promo pasar dan lain-lain.

Pasar rakyat merupakan salah satu wujud aplikasi ekonomi kerakyatan yang paling mendasar dimana transaksi ekonomi dilakukan oleh rakyat kebanyakan secara swadaya dengan mengelola sumber daya ekonomi yang tersedia, dan pasar tradisional merupakan basis ekonomi rakyat yang memiliki potensi besar dan mampu menggerakkan roda perekonomian dalam kondisi krisis pasar tradisional terbukti tetap bertahan dan mampu melayani kebutuhan dan memberikan pelayanan kepada masyarakat luas baik kalangan menengah kebawah maupun menengah ke atas.

Pasar tradisional telah menyumbangkan lapangan kerja dan memberikan kehidupan bagi banyak orang saat ini di wilayah Indonesia terdapat 13.450 pasar tradisional yang tersebar diseluruh penjuru tanah air, dari jumlah tersebut menampung sebanyak 12,6 juta pedagang belum termasuk pemasok barang serta pengelola pasar. Oleh karena itu, keberadaan pasar yang kini semakin

terhimpit dari pesatnya pertumbuhan pasar modern menjadi sangat penting untuk segera diselamatkan, salah satunya melalui program revitalisasi (pengembangan pasar tradisional) dan dalam rangka penataan pasar tradisional secara umum, pemerintah sebenarnya sudah memiliki payung hukum yang tertuang dalam peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan toko modern, didalam peraturan ini disebutkan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama sesuai dengan bidang dan tugas masing-masing melakukan penataan, pembinaan dan pengawasan pasar tradisional secara mendasar, peraturan ini menjadi pedoman awal bagi berbagai program penataan dan revitalisasi pasar tradisional di sejumlah kementerian dan lembaga non kementerian.⁷

Pembangunan pasar Tanjung berdasarkan realisasi SK DPR GR Kabupaten Jember tanggal 20 September 1971 No. 08/IX/DPRDGR yang melaksanakan polisi Bupati Jember dalam nota APBD tahun 1971/1972 tanggal 12 juli 1971 dengan keputusan biaya 25% ditanggung oleh pemerintah dan 75% ditanggung sendiri oleh penghuni.

Untuk melaksanakan pembangunan dibentuk tim pembangunan Pasar Tanjung berdasarkan SK Bupati tanggal 04 September 1972 No. SEK/III/35/1972 yang kemudian di sempurnakan kembali SK Bupati tanggal 04 Juli 1974 No. 44/ Tahun 1974 cuma menampung pedagang selama pembangunan pasar Tanjung yang sebelumnya menempati pasar Tanjung lama

⁷ Firman Mutakin, dkk., *Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat* (Jakarta: Puska Dagri, 2005), 1.

maka dibuat pasar penampung sementara yang beralamat di Jl Dr. Wahidin, Jl H. Samanhudi. Jl W. R. Supratman.

Peletakan batu pertama oleh Bupati Jember dilaksanakan pada tanggal 19 April 1973 dan pada tanggal 22 April 1976 pasar Tanjung baru mulai ditempati oleh penghuni pasar Tanjung yang terdiri dari pedagang pasar Tanjung dan pasar Johar. Peresmian pasar tanjung oleh bapak Menteri dalam Negeri pada tanggal 3 Mei 1976 dan bersamaan dengan peresmian proyek-proyek pembangunan pemerintah Jember seperti Masjid Jami' Al Baitul Amien, lapangan olahraga bulu tangkis (*sport hall*) serta pembentukan kota administratif Kabupaten Jember.⁸

Bapak Iskandar mengatakan bahwa :

“pasar Tanjung sudah lama berdiri untuk lebih jelasnya bisa dilihat nanti di jurnal yang saya kasihkan. dulu pasar tanjung tidak sebaik sekarang kalau dulu masih kurang fasilitasnya dari tahun ke tahun pasar tanjung mulai diperbaiki karena semakin banyaknya para pedagang yang ingin berjualan di pasar Tanjung untuk lebih jelasnya dapat dilihat di jurnalnya⁹

Pasar Tanjung adalah pasar tradisional yang berada di Kabupaten Jember pasar Tanjung sebagai tempat menjual hasil-hasil bumi yang ada di Kabupaten Jember dan dari luar Jember dan sebagai peluang kerja bagi masyarakat Jember sendiri, dimana pasar Tanjung menawarkan berbagai barang mulai dari kebutuhan pokok dan lain-lain. namun dalam memberikan suatu pelayanan dan kenyamanan bagi para pedagang dan konsumen di perlukan pengembanngan pada pasar Tanjung di lihat dari usia pembangunan

⁸Data Dokumentasi, di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Kamis, 20 April 2017).

⁹Interview, Iskandar Selaku Administrasi Umum di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Kamis, 20 April 2017).

atau pendiriannya, untuk itu diperlukan peran pemerintah dan pengelola pasar dan pedagang agar tercipta tujuan yang diinginkan, untuk itu diperlukan yang namanya terobosan baru atau pengembangan dimana pengembangan pasar ini dilakukan dengan sebuah program namun suatu program juga memerlukan suatu strategi yang dapat berjalan secara maksimal, hal ini dilakukan karena banyak konsumen yang beralih berbelanja di pasar modern dengan beberapa sebab bahwa pasar tradisional selalu identik dengan lingkungan kumuh, bau, kotor, sehingga dapat mempengaruhi hasil pendapatan yang diperoleh khususnya bagi para pedagang tidak sesuai dengan perencanaan. Sehingga mengurangi pendapatan para pedagang dan menyebabkan para pedagang gulung tikar atau menutup usahanya, karena antara pengeluaran dan pendapatan tidak sebanding padahal sekarang setiap pasar sudah dilakukan yang namanya revitalisasi agar tercipta kenyamanan tetapi kurang berjalan lancar. Oleh karena itu harus diciptakan strategi pengembangan pasar tradisional yang dapat berjalan secara maksimal dan yang diharapkan baik pengelola dan para pedagang khususnya, yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan para pedagang yang berada di pasar tradisional tersebut.

Perbaikan pasar dikenal dengan istilah revitalisasi dan setiap pasar tradisional akan mengalami revitalisasi salah satunya pasar Tanjung di Kabupaten Jember dikarenakan munculnya pasar-pasar modern yang semakin banyak dan tuntutan kebutuhan masyarakat yang semakin beragam dan mendesak sehingga berbagai program dalam perbaikan atau pengembangan pasar tradisional dilakukan, maka tidak menuntut kemungkinan pasar

tradisional yang dekat dengan rakyat atau bisa dikatakan pasarnya orang kecil untuk melakukan berbagai perbaikan, untuk dapat bersaing dengan pasar-pasar modern maka diperlukan sebuah strategi dalam mengembangkan pasar agar hasil yang di dapat sesuai dengan tujuan dan berjalan secara maksimal tetapi tidak mudah dalam melakukan sebuah pengembangan banyak kendala yang harus dihadapi dan selalu diperbaiki.

Maka tidak heran jika pasar Tanjung yang berada di Kabupaten Jember mengalami hal yang sama yaitu terkait pengembangannya dimana pasar Tanjung memiliki jumlah pedagang yang sangat banyak dan juga merupakan pasar terbesar di Kabupaten Jember untuk memberikan pelayanan dan kenyamanan kepada para pedagang dan konsumen.

Dan salah satu masalah yang dihadapi oleh pasar Tanjung adalah pengembangannya, dimana dalam mengembangkan pasar Tanjung tidaklah mudah karena pasar Tanjung adalah salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat yang ada di Kabupaten Jember bahkan dari luar Jember apabila pengembangannya kurang maksimal maka akan sangat berpengaruh pada kesejahteraan yang berada di lingkungan tersebut, terutama para pelaku ekonomi yang berjualan dipasar tersebut, salah satu dampak yang terjadi pada pendapatan para pedagang jika pelaksanaan strategi pengembangan kurang berjalan dengan baik atau tidak lancar di sebabkan karena program-program kurang tepat sasaran atau terkendala sesuatu dapat memberikan peningkatan pendapatan bagi para pedagang atau sebaliknya dapat mengurangi pendapatan para pedagang, untuk itu saya tertarik melakukan penelitian di Pasar Tanjung

Untuk itu dan berdasarkan latar belakang peneliti tertarik mengambil judul yang akan diteliti “Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang di Pasar Tanjung “.

B. Fokus Penelitian

1. Apa saja ragam strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang?
2. Bagaimana analisis strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang?
3. Bagaimana pelaksanaan program pengembangan pasar Tanjung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu pada permasalahan yang telah dirumuskan.¹⁰

1. Untuk mengetahui ragam strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang
2. Untuk mengetahui analisis strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang
3. Untuk mengetahui pelaksanaan program pengembangan pasar Tanjung

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat bersifat teoritis

¹⁰ Tim Penyusun IAIN, *Buku Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Jember: IAIN Jember Press, 2015*).45.

dan praktis seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan.¹¹

Dalam penelitian ini disamping tujuan yang ingin dicapai, juga diharapkan nantinya bisa memberikan kontribusi yang positif dan beberapa manfaat yang ingin diperoleh sebagai bentuk penerapan dari hasil penelitian yang akan dilakukannya.

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagi Diri-sendiri (peneliti)

Peneliti ini sebagai bagian dari studi untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Ekonomi Studi Syariah.

Dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan pedagang.

2. Bagi Pembaca

Sebagai informasi untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan para pedagang.

3. Bagi Akademik

Akademik diharapkan dapat digunakan dalam rangka pengembangan konsep dan teori-teori yang berkenaan dengan strategi

¹¹Tim Penyusun IAIN, *Buku Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Jember*: IAIN Jember Press,2015).45.

pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan para pedagang serta meningkatkan pengetahuan dan kemampuan berfikir dalam menganalisis setiap persoalan yang berhubungan dengan penerapan strategi pengembangan pasar tradisional dari sebuah pendapatan para pedagang.

4. Bagi Pemerintah

Sebagai bahan pertimbangan untuk membuat suatu kebijakan mengenai strategi pengembangan.

E. Definisi Istilah

Definisi operasional berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi ke salah pahaman terhadap makna istilah sebagai mana dimaksud oleh peneliti.¹²

Serta tidak terjadi penafsiran yang berbeda dalam mengartikan penelitian ini, peneliti perlu menegaskan definisi istilah lebih jelasnya.

1. Strategi Pengembangan

Strategi penetapan berbagai tujuan dan sasaran jangka panjang yang bersifat mendasar bagi sebuah organisasi, yang dilanjutkan dengan menetapkan rencana aktivitas dan pengalokasian sumber daya yang di perlukan guna mencapai berbagai sasaran dan strategi adalah visi yang diharapkan pada apa yang harus dicapai oleh organisasi itu, dan bukan bagaimana organisasi tersebut sampai disana, yaitu kerangka yang

¹²Tim Penyusun IAIN, *.Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (Jember: IAIN Jember Press.2013),73

membimbing serata mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat dan arah dari suatu organisasi.¹³

Strategi pengembangan (*Expansion Strategi*), dilakukan oleh unit usaha yang baru atau sedang merintis, serta perusahaan yang sedang mendapat peluang dalam memajukan bisnisnya, perusahaan yang punya ide cemerlang atas produk yang sudah lama atau terbaru.¹⁴

2. Pasar Tradisional

Pasar pada mulanya dikaitkan dengan pengertian tempat pembeli dan penjual bersama-sama melakukan pertukaran, kemudian istilah pasar ini dikaitkan dengan pengertian ekonomi yang mewujudkan pertemuan antara pembeli dan penjual, pengertian ini berkembang menjadi pertemuan atau hubungan antara permintaan dan penawaran, secara teoritis dalam ekonomi pasar menggambarkan semua pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi aktual dan potensial terhadap barang atau jasa yang ditawarkan.¹⁵

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, pasar tradisional secara umum memiliki bangunan yang terdiri dari kios-kios atau gerai yang di buka oleh penjual yang umumnya menjual kebutuhan sehari-hari konsumen, pasar tradisional adalah suatu wadah yang menampung orang-orang yang memiliki latar belakang yang berbeda, etnis dan agama namun dapat saling berinteraksi tanpa hambatan dan perbedaan tersebut melalui pasar

¹³ Benjamin B.Tregoe. *Strategi Manajemen* (Jakarta:Erlangga.1980),15

¹⁴ Etika Sabariah. *Manajemen Strategis.*(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2016),108.

¹⁵ Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran.* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.2007),98.

tradisional, para petani kita masih bisa hidup dengan menjualkan hasil panennya dengan harga yang memuaskan

3. Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan memperjual belikan barang yang tidak diproduksi sendiri atau di produksi sendiri untuk memperoleh keuntungan.¹⁶

F. Sistematika Pembahasan

Penulisan laporan ini terdiri dari beberapa sub bab yang akan membahas dari semua gambaran dari penelitian. untuk memperoleh gambaran yang jelas dan secara sistematika proposal ini sebagai berikut :

BAB I berisi tentang Pendahuluan yang merupakan gambaran umum mengenai peneliti seperti Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Istilah, Siatematika Pembahasan.

BAB II berisi tentang kajian kepustakaan yang didalamnya mencakup penelitian terdahulu dan kajian teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti yaitu analisis strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan para pedagang di pasar Tanjung.

BAB III membahas tentang metodologi penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian

¹⁶<https://id.wikipedia.org/wiki/Pedagang>.di akses pada tanggal 27 April 2017 Pukul 10:00

BAB IV: berisi tentang penyajian data dan analisis data yang terdiri dari gambaran objek penelitian, penyajian data dan pembahasan temuan penelitian.

BAB V : berisi tentang kesimpulan, saran, daftar pustaka dan lampiran-lampiran.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan dengan melakukan langkah ini maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan¹⁷

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1.	Muhammad Fauzi. Fakultas Syari'ah. Prodi Hukum Ekonomi Islam. Institut Agama Islam Negeri Jember ¹⁸	Kontribusi Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) di Kabupaten Bondowoso	Mengetahui deskripsi kontribusi pasar di dalam peningkatan pendapatan daerah dan mekanismenya
2.	Muthi'atur Rofi'ah Jurusan Ekonomi Islam, Prodi Ekonomi syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, Isntitut Agama Islam Negeri	Strategi Pemasaran Pedagang Muslim Tanjung di tengah Maraknya Indomaret dan Alfamart	Mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan pedagang muslim di pasar Tanjung di tengah maraknya indomaret dan alfamart

¹⁷Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*.(Jember:IAIN Jember Press, 2013),73,.

¹⁸Muhammad Fauzi, Kontribusi Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) di Kabupaten Bondowoso,(Skripsi,Prodi Hukum Islam. Institut Agama Islam Negeri Jember).

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
	Jember. Juli 2017 ¹⁹		
3.	Ummu SholihahJurus an Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto 2016 ²⁰	Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang (Studi kasus di Pasar Kliwon, Karang Lewas Banyumas, Jawa Tengah) Tahun 2016	aspek sosial dapat diterima adanya pasar pagi dari program revitalisasi, aspek ekonomi kurang diterima adanyarevitalisasi cenderung tetap bahkan menurun tidak sesuai dengan tujuan (kesejahteraan), aspek fisik dapat diterima tapi belum maksimal fasilitas kurang terpenuhi, aspek non fisik kurang diterima monitoring petugas pasar pasca revitalisasi jarang dilakukan.
4.	Dyah Arum Istiningtyasse orang mahasiswa Program Studi Ekonomi Pertanian Dan Sumberdaya, Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor 2008 ²¹	Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di kota Bogor. Tahun 2008	Kebijakan yang dilakukan untuk meningkatkan kontribusi sektor perdagangan adalah meningkatkan aktivitas pasar-pasar tradisional
5.	Utami Dewi dan F. WinarniMaha siswa Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas	Pengembangan pasar tradisional menghadapi gempuran pasar modern di kota Yogyakarta	Dinas pengelolaan pasar telah melakukan beberapa program untuk mengembangkan pasar tradisional meliputi Program PeloyananAdministrasi Perkantoran; Pemeliharaan Sarana Prasarana Kebersihan,Ketertiban dan Keamanan Pasar; Opmalisasi

¹⁹Muthi'atur Rofi'ah. Strategi Pemasaran Pedagang Muslim Tanjung di tengah Marakya Indomaret dan Alfamart. (Prodi Ekonomi Syari'ah. Institut Agama Islam Negeri Jember).

²⁰Ummu Sholiha, Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang, (Skripsi, Jawa Tengah:IAIN Purwokerto,2016)

²¹Dyah Arum Istiningtyas, Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Bogor , (Skripsi, Bogor: Institut Pertanian Bogor IPB,2008)

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
	Negeri Yogyakarta 2013 ²²		Pemanfaatan Lahan dan Pengelolaan Retribusi; dan Pengembangan Pasar (pemberdayaan pasar dan komunitas, pengembangan dan pembuatan media promosi pasar).
6.	Dwi Susanti, Dwi Putra Dermawan, NW. Sri Astitimahasiswa Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, 2014 ²³	Strategi pengembangn pasar tradisional di Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur. Tahun 2014	strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu “memperbarui manajemen Pasar Tardisional Kertha”.
7.	Rohmatun Nikmah, Ach. Qosjim, M. Adenan. Mahasiswi Program Studi Ekonomi Pembangunan, jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember	Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asembagus Kabupaten Situbondo	Modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Asembagus Situbondo dengan arah positif. Semakin besar jumlah modal yang ada maka akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang pasar Asembagus. Dan Jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Asembagus Situbondo dengan arah positif.

²²Utami Dewi dan F. Winarni, Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern di Kota Yogyakarta, (Jurnal: Ilmu Administrasi Negara. (Yogyakarta: Universitas Yogyakarta, 2010).

²³Dwi Susanti, Dwi Putra Dermawan, NW. Sri Astiti, Strategi pengembangn pasar tradisional di Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur, (Jurnal: Univeritas Udayana, 2014).

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
	(UNEJ) 2015 ²⁴		Semakin besar curahan jam kerja maka akan memberikan pengaruh peningkatan pendapatan pedagang pasar Asembagus. Jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Asembagus Situbondo dengan arah positif. Semakin besar jumlah tanggungan anak maka akan memberikan pengaruh peningkatan pendapatan pedagang pasar Asembagus..
8.	Dwi Susanti, Dwi Putra Darmawan, dan NW. Sri Astiti. mahasiswa Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, 2014 ²⁵	Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur,	Sarana dan prasarana kurang memadai, belum adanya upaya untuk mempermudah peminjaman modal, pemanfaatan teknologi kurang maksimal, belum optimalnya pembinaan pedagang.

Sumber Data : diolah.

Dari ke enam (8) peneliti terdahulu terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan diantaranya:

²⁴ Rohmatun Nikmah, Ach. Qosjim, M. Adenan. Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asembagus Kabupaten Situbondo, (Jurnal, Jember:Universitas Jember, (Jember:2015)

²⁵ Dwi Susanti, Dwi Putra Darmawan, dan NW. Sri Astiti. Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu. (DenpasarTimur, Universitas Udayana, 2014)

(1) persamaanya sama-sama meneliti tentang pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yaitu kontribusi retribusi pasar dalam peningkatan pendapatan daerah (PAD) dan dalam cara melakukan program-program pengembangan pasar.

(2) persamaanya sama-sama menggunakan Metode penelitian Kualitatif dan tempat penelitiannya sama di Pasar Tanjung. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus yang diteliti lebih ke strategipemasarannya

(3) Persamaannya sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakalukan dilokasi penelitian dengan melakukan pengamatan tentang keadaan alamiah dan dengan pendekatan kualitatif, dengan pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan perbedaannya pada penelitian yang sekarang pada fokus kajiannya pada manajemen pengembangan pasarnya dalam menghasilkan peningkatan pendapatan pedagang.

(4) Persamaannya sama-sama didasarkan pada pembangunan pasar yang berupa peningkatan dalam taraf hidup serta perbaikan terhadap perkembangan pasar dan perbedaanyadalah penelitian yang sekarang pada fokus kajiannya pada manajemen pengembangan pasarnya dalam menghasilkan peningkatan pendapatan pedagang

(5) Persamaanya sama-sama dalam hal manajemen pengembangan pasar dan perbedaannya pada penelitiannya ini lebih mengkhususkan pada strategi pengembangan pasar dalam meningkatkan pendapatan para pedagang.

(6) Persamaanya sama-sama pada strategi pengembangan pasar dan perbedaannya pada variabel pengukuran peningkatan pendapat pedagang.

(7) Persamaanya sama-sama melakukan penelitian di objek pasar tradisional, dan program revitalisasi baik dampaknya di dalam pendapatan pedagang dan kepuasan konsumen sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian kuantitatif.

(8) Persamaanya sama-sama melakukan penelitian di dalam strategi pengembangan dan objek sama yaitu pasar tradisional tetapi ada beberapa perbedaan yang dapat dibedakan beda kota dan tidak lebih rinci dampak dari strategi pengembangan baik positif maupun negatifnya yang dijelaskan hanya program dari strategi pengembangan.

B. Kajian Teori

1. Analisis

Analisis merupakan penguraian suatu pokok atau berbagai bagiannya itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan²⁶

2. Strategi Pengembangan

Strategi adalah cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal, strategi berkaitan dengan tujuan akhir sedangkan taktik berkaitan dengan tujuan menengah pada organisasi bisnis atau perusahaan, strategi merupakan cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar, sebaliknya dalam

²⁶ Cinta Lestari, "Pengertian Analisis", <http://pengertianbahasa.blogspot.com/pengertian-analisis.html>, (02 Februari 2013).

organisasi non bisnis atau organisasi non komersil strategi adalah cara untuk memuaskan anggotanya dalam organisasi di pemerintahan strategi merupakan cara untuk bisa memberi pelayanan yang maksimal kepada masyarakat sebagai pembayar pajak.²⁷

Sedangkan merumuskan strategi adalah mengenai penetapan tujuan (tujuan strategi) dan mengalokasikan/menyesuaikan sumber daya dengan peluang (strategi berbasis sumber daya) sehingga dapat mencapai kesesuaian yang efektif dan penerapan strategi tergantung pada kapabilitas strategi organisasi yang akan memasukkan kemampuan, tidak hanya untuk memformulasikan tujuan strategi tapi juga untuk mengembangkan dan menerapkan rencana strategi melalui proses manajemen strategi.²⁸

Strategi pengembangan (*Expansion Strategi*) adalah, dilakukan oleh unit usaha yang baru atau sedang merintis serta perusahaan yang sedang banyak mendapat peluang dalam memajukan bisnisnya, perusahaan yang punya ide cemerlang atas produk yang sudah lama atau terbaru. variasi atau ragam strategi pengembangan terdiri dari penambahan jumlah, penambahan fungsi, dan perluasan pasar.

a. Penambahan Jumlah

Penambahan jumlah produk dengan inovatif berbeda atau menambahkan jumlah produk untuk memenuhi permintaan, meningkatkan kerja sama (mitra bisnis), menambah jumlah perusahaan (membangun

²⁷Sjafrizal, *Ekonomi Regional*, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2008) hlm, 209.

²⁸Philip Kotler dan Gary Armstrong, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, *Dasar-DasarPemasaran* (Jakarta: Intermedia, 1996), hlm. 42.

atau membeli perusahaan yang telah bangkrut, menambah SDM dan SDA atau menambah usaha bisnis (multi bisnis).

b. Penambahan Fungsi

Penambahan fungsi adalah perusahaan dengan menambah fasilitas (gedung, cabang, outlet, alat-alat usaha, alat-alat produksi, SDM dan sumber daya lainnya).

c. Perluasan Pasar

Dalam meningkatkan perluasan pasar salah satu peran perluasan distribusi pemasaran yaitu perluasan tempat, dengan segmen pasar dapat dilakukan dengan *door to door*, atau dengan pemasaran online, pemasaran di lokasi terisolir, pemasaran pada saat tertentu seperti pameran, hari ulang tahun. Pemasaran dengan skala kecil atau besar, pemasaran secara regional, nasional dan internasional.

3. Pengembangan Pasar Tradisional

Pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan hingga pada akhirnya dicapai

kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.²⁹

Pengembangan pasar dapat pula dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi organisasi dengan cara itu orang mengharapkan pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan dan kemampuan organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan dan pendapatan yang bersinambung itu perlu berada di dalam pengawasannya sendiri. Upaya ini berhubungan dengan upaya untuk membebaskan diri dari ketergantungan meningkatkan kemampuan otonomi dalam pembuatan keputusan-keputusan.³⁰

Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat di mana pembeli bertemu dengan penjual dengan menjual barang-barang atau jasa-jasa ditawarkan untuk dijual dan kemudian terjadi pemindahan hak milik. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, *plaza*, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah,

²⁹J. Winardi, *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change) Edisi Pertama* (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup, 2015), hlm. 140.

³⁰Ibid.,hlm 227.

swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.³¹

Dalam rangka penataan pasar tradisional secara umum, pemerintah sebenarnya sudah memiliki payung hukum yang tertuang dalam peraturan presiden No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Didalam peraturan ini disebutkan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama sesuai dengan bidang tugas masing-masing melakukan penataan, pembinaan dan pengawasan pasar tradisional. Secara mendasar, peraturan ini menjadi pedoman awal bagi beragam program penataan dan revitalisasi pasar tradisional di sejumlah kementerian dan lembaga non kementerian.

Paska di undangkannya Undang-undang nomor 07 tahun 2014 tentang perdagangan, penggunaan istilah pasar tradisional berubah menjadi Pasar Rakyat. dalam pasal ayat 12 ayat (1) disebutkan bahwa : pemerintah, pemerintah daerah dan pelaku usaha secara sendiri-sendiri atau bersama-sama mengembangkan sarana perdagangan berupa pasar rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan, gudang perkulakan, pasar lelang komoditas, pasar berjangka komoditi, dan sarana perdagang lainnya.

Pasar rakyat juga menjadi salah satu target kabinet kerja pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla selama periode 2014-2019. dalam visi, misi dan program Presiden Joko Widodo dan Wakil

³¹Perpres RI No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.

Presiden Jusuf Kalla, terkait dengan upaya pencapaian prinsip berdikari dalam bidang ekonomi di dalam target nomor 15 disebutkan bahwa akan dijalankan kebijakan renovasi dan revitalisasi terhadap 5000 pasar rakyat yang berumur lebih dari 25 tahun.³²

Dan ini juga diperjelas dengan hadirnya Menteri Perdagangan (MENDAG) pada hari Kamis 16 Maret 2017 ke pasar Tanjung bapak Enggartiasto Lukita yang di dampingi oleh Bupati Jember Ibu Faida serta beberapa pejabat dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dimana rombongan ini berkeliling memutari bangunan pasar tiga lantai. yang menjadi sasaran program revitalisasi pasar dari Kementerian Perdagangan (Kemendag) yang bekerja sama dengan pemerintah daerah pada tahun 2017, perombakan tersebut bertujuan untuk mengembalikan kebanggaan masyarakat Jember dengan menelusuri sudut demi sudut pasar Tanjung, dimana kondisinya bisa dibilang kurang baik. hal ini dapat dilihat dari depan pasar dimana keadaan pasar sangat becek karena lantai belum dikeramik, dipenuhi sarang laba-laba, atap yang menjadi penahan terik matahari dan hujan sudah usang, bapak Enggartiasto Lukita menyarankan nantinya pengelola pasar harus mengikuti kursus agar dapat mengelola pasar dengan baik. dan mengingatkan kepada pengelola pasar bahwa penerimaan dan pertanggung jawaban keuangan menjadi obyek Pemeriksaan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) agar uang retribusi di gunakan sesuai

³² Kementerian Perdagangan. *Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*. (jurnal :Kebijakan Perdagangan dalam Negeri. Jakarta.:2015)

dengan porsinya “uang kebersihan untuk kebersihan” dan pedagang dilarang protes karena digunakan untuk kepentingan pemeliharaan.

Dimana Presiden Joko Widodo (Jokowi) sangat menaruh perhatian penuh kepada pasar rakyat yakni pasar tradisional dan program revitalisasi sudah dipersiapkan untuk pasar Tanjung dengan standar SNI sehingga bisa dibanggakan menjadi pusat ekonomi kerakyatan dan diharapkan setelah revitalisasi pasar Tanjung dapat beroperasi dengan baik, dimana pagi harinya buat pasar rakyat dan siang sampai malam sebagai pusat pelayanan jasa dan kuliner menurut Bupati Jember Ibu Faida.

Manteri perdagangan bapak Enggartiasto Lukita berharap revitalisasi Pasar Tanjung nantinya dapat meningkatkan omzet penjualan seperti yang terjadi pada pasar rakyat lainnya yang sudah direvitalisasi dan akan membuat program bagi para pedagang agar bisa mendapatkan barang dengan harga yang minimal atau setidaknya sama dengan harga yang diperoleh oleh pasar-pasar modern dengan demikian harganya semakin bersaing dan konsumen dapat juga membeli dengan harga yang lebih terjangkau.³³

Mengkaji definisi-definisi di atas menyebabkan menarik sejumlah kata kunci yang menjadi inti dari definisi-definisi. Yang meliputi perubahan terencana terhadap pasar tradisional dari segi sistem nilai, peningkatan efektivitas pasar tradisional dan intervensi pemerintah dari kebijakan revitalisasi sebagai bentuk dari pengembangan pasar tradisional.

³³ FikiAriyanti”,<http://m.liputan6.com/bisnis/read/2889053/kondisi-memprihatinkan-pasar-tanjung-jember-siap-berganti-wajah.html>,(16 Maret 2017), 20:01 Wib.

4. Pendapatan

Pendapatan nasional pada harga berlaku pada nilai barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan suatu Negara dalam suatu tahun dan dinilai menurut harga-harga yang berlaku pada tahun tersebut. Cara ini adalah cara yang dilakukan 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

- a. Pertambahan fiscal barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian
- b. Kenaikkan harga-harga yang berlaku dari suatu periode lainnya.³⁴

Pendapatan dapat di klasifikasikan menjadi dua yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non operational. Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan produk atau jasa dalam periode tertentu dalam angka kegiatan utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan, pendapatan ini bersifat normal sesuai dengan tujuan dan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melakukan kegiatan.

- 1) Pendapatan operasional berbeda-beda untuk setiap perusahaan dan pendapatan operasional dapat diperoleh dari dua sumber:

³⁴Sadono Sakirno. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada.2011).36.

1. Penjualan kotor yaitu semua hasil penjualan barang atau jasa sebelum di kurangi dengan potongan yang menjadi hak pembeli.
 2. Penjualan bersih yaitu hasil penjualan yang sudah di kurangi dengan biaya potongan yang menjadi hak pembeli.
- 2) Sedangkan pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu tetapi bukan diperoleh perusahaan dalam periode tertentu tetapi diperoleh dari kegiatan utama atau operational perusahaan (di luar usaha pokok) pendapatan non operasional diperoleh dari kegiatan sampingan yang bersifat insidental. Jenis pendaptan non operasional dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:
- a. Pendapatan yang diperoleh dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi peruahaan oleh pihak lain. contoh pendapatan bunga, sewa dan royalti.
 - b. Pendapatan yang di peroleh dari penjualan aktiva diluar barang dagangan atau hasil produksi. Contohnya penjualan surat-surat berharga dan penjualan aktiva tak berwujud.³⁵

5. Dasar Hukum Pengembangan Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 tahun 2008 tentang pedoman dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern serta peraturan Presiden Republik Indonesia no. 112 tahun 2007, definisi pasar adalah area tempat jual beli barang

³⁵<http://Ciputrauceo.net/blog/pengertian-pendapatan-11-2015>

dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya, sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara (BUMN) dan badan usaha milik daerah (BUMD) termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. syarat-syarat pasar tradisional menurut peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, tentang pembangunan, penataan dan pembinaan pasar tradisional, adalah:

- 1) *Aksesibilitas*, yaitu kemungkinan pencapaian dari dan ke kawasan, dalam kenyataannya ini berwujud jalan dan transportasi atau pengaturan lalu lintas,
- 2) *Kompatibilitas*, yaitu keserasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya,
- 3) *Fleksibilitas*, yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana dan
- 4) *Ekologis*, yaitu keterpaduan antara tatanan kegiatan alam yang mewadahnya. Dalam PerPres tersebut juga dibahas tentang penataan pasar tradisional yang menjelaskan bahwa lokasi pendirian Pasar

Tradisional wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/ Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya. Dalam ketentuan Pasar Tradisional salah satunya adalah wajib menyediakan fasilitas yang menjamin Pasar tradisional yang bersih sehat, aman³⁶

Dalam hal ini revitalisasi adalah salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah terhadap pasar tradisional dalam memenuhi ketentuan wajib di atas.

6. Revitalisasi Bentuk Pengembangan Pasar Tradisional

a. Pengertian Revitalisasi Pasar Tradisional

Revitalisasi adalah suatu proses yang harus dilalui oleh pasar tradisional dalam persaingan era globalisasi, Banyaknya pasar modern dengan fasilitas yang memadai akan mengurangi peran pasar tradisional. Menurut Danisworo, revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/ hidup, akan tetapi kemudian mengalami degradasi.³⁷

Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional merupakan usaha pemerintah agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern. Pembangunan suatu pasar perlu memperhatikan kesejahteraan pedagang maupun pembeli di pasar tersebut. Lewat penataan kembali pasar tradisional yang memperhatikan aspek kenyamanan, pelayanan dan keamanan, maka potensi yang dimiliki pasar tradisional akan dapat

³⁶Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.

³⁷Anomin "Pengertian Revitalisasi" *Www. Scribd.Com*, Diakses Pada Tanggal 06 Mei 2015 Jam. 14.26 WIB.

meningkat. Daya saing yang meningkat diharapkan mampu memberi keunggulan komparatif bagi pasar tradisional. Program revitalisasi pasar bertujuan untuk meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern sehingga bukan hanya meningkatkan pendapatan pedagang tapi juga meningkatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar. Dengan diadakannya program revitalisasi, pasar tradisional siap menyaingi serbuan pasar modern. Pasar tradisional akan kembali dilirik oleh konsumen jika citra buruk yang melekat selama ini dihapuskan. Kuncinya adalah pasar tradisional harus ditata sedemikian rupa sehingga keadaannya menjadi bersih dan nyaman bagi pengunjung termasuk menjaga kualitas kesehatan produk yang dijual. Pemerintah haruslah proaktif untuk menghidupkan kembali pasar tradisional begitu juga dengan para pedagang dan pengelola pasar harus konsisten untuk menjaga aura pasar tradisional untuk kebersihan pasar pasca revitalisasi tetap terjaga disertai juga dengan tata kelola pasar yang professional.³⁸

7. Perumusan strategi pengembangan

Pada tahap perumusan strategi, perusahaan atau organisasi dapat menggunakan proses manajemen strategik yang terdiri atas enam langkah yaitu :

- a. Faktor-faktor pengembangan pasar tradisional/melakukan analisis lingkungan Organisasi apa pun sebagai bagian masyarakat, harus peka

³⁸Ibid., 235.

terhadap lingkungannya tersebut. Ada dua faktor yang menuntut adanya pengembangan organisasi yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1) Lingkungan eksternal

Adalah segala keseluruhan faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi.

Beberapa faktor tersebut, antara lain politik, hukum, kebudayaan, teknologi, sumberdaya alam, demografi, dan sebagainya. Adalah penyebab perubahan yang berasal dari luar, atau sering disebut lingkungan Organisasi bersifat *responsive* terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya. Oleh karena itu, jarang sekali organisasi melakukan perubahan besar tanpa adanya dorongan yang kuat dari lingkungannya. Artinya, perubahan yang besar itu terjadi karena lingkungan menuntut seperti itu, Beberapa penyebab perubahan organisasi yang termasuk faktor ekstern adalah perkembangan teknologi, faktor ekonomi, dan peraturan pemerintah.

2) Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah segala keseluruhan faktor yang ada di dalam organisasi di mana faktor tersebut dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatannya. Penyebab perubahan yang berasal dari dalam organisasi yang bersangkutan dapat berasal dari berbagai sumber. Misalnya, pengaruh kebijakan manajemen organisasi dan gaya, sistem dan prosedur, serta sikap karyawan dan Perubahan organisasi dilakukan untuk mencocokkan dengan kebutuhan yang ada.

b. Mengembangkan visi dan misi yang jelas

Visi adalah mimpi atau harapan yang ingin diwujudkan perusahaan dimasa depan. Visi memberikan gambaran jelas mengenai kemana arah organisasi akan melangkah, Tanpa visi perusahaan tidak memiliki pegangan ataupun panduan mengenai jalan masa depan organisasi yang ingin diciptakan. Hal ini akan berdampak pada munculnya kerja-kerja organisasi yang tidak berfokus pada tujuan. Oleh karena itu, perusahaan perlu merumuskan visi yang mudah dipahami, dapat memberikan spirit, dan berdimensi jangka panjang.

c. Menyusun sasaran dan tujuan

Sebelum menyusun strategi yang komprehensif, pemilik perusahaan terlebih dulu harus menetapkan sasaran dan tujuan perusahaan serta memberikan target yang harus dicapai dan menyediakan dasar untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Sasaran adalah atribut-atribut jangka panjang dan luas yang berusaha dicapai perusahaan dalam arti umum. Tujuan adalah target-target kinerja (apa dan kapan diselesaikan, serta hal yang diukur) yang lebih spesifik yang menunjukkan hal-hal seperti tingkat keuntungan, produktivitas, pertumbuhan, dan aspek-aspek kunci lain dari perusahaan.

d. Merumuskan pilihan-pilihan strategi dan memilih strategi yang tepat.

Strategi adalah cara penyusunan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pengelola perusahaan untuk mencapai misi, sasaran dan tujuan perusahaan. Sampai pada proses perumusan strategi ini, pengelola

perusahaan harus memiliki gambaran jela tentang tindakan terbaik (implementasi berupa strategi dan kebijakan) yang harus dilakukan dan keunggulan bersaing yang diharapkan. Pengelola perusahaan juga harus memahami kelemahan dan keterbatasan perusahaan dan pesaingnya. Langkah selanjutnya adalah menilai pilihan-pilihan strategi dan selanjutnya mempersiapkan program yang dirancang untuk mencapai misi, sasaran dan tujuan perusahaan yang didukung oleh anggaran dan prosedur.

e. Menentukan pengendalian

Perencanaan yang baik membutuhkan proses pengendalian dalam pelaksanaannya dan Pengendalian meliputi proses evaluasi dan pemberian umpan balik terhadap proses manajerial yang tengah berlangsung sehingga rencana dapat direalisasikan dengan baik. Perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan pada saat perusahaan mengimplementasikan dapat berbeda dengan asumsi-asumsi yang telah ditetapkan saat strategi dirumuskan. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme pengendalian strategi yang baik agar perbedaan asumsi dan kenyataan dapat diatasi menurut hasil kerja yang diperoleh.

8. Implementasi strategi pengembangan

Setelah perumusan strategi selesai adalah implementasi strategi, tahapan ini merupakan tahapan yang kritis karena banyak organisasi mampu menyusun perumusan strategi yang baik namun tidak mampu mengimplementasikan dengan baik, Implementasi adalah proses ketika

rencana direalisasi. Implementasi membutuhkan keterampilan manajerial yang berbeda dengan perumusan strategi. Dalam implementasi strategi, ada beberapa hal penting yang harus dilakukan perusahaan, yaitu:

a. Penetapan tujuan tahunan sasaran dan tujuan perusahaan yang telah dirumuskan dalam proses perumusan strategi merupakan sasaran dan tujuan lima tahunan yang harus diturunkan dalam tujuan tahunan. Perusahaan perlu menetapkan tujuan tahunan yang mendukung pencapaian sasaran dan tujuan lima tahunan.

b. Perumusan kebijakan

Untuk dapat mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, perusahaan perlu merumuskan kebijakan-kebijakan yang mendukung, kebijakan adalah seperangkat keputusan manajerial berupa aturan-aturan yang dibuat untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan

c. Memotivasi pekerja

Implementasi strategi adalah proses aksi yang membutuhkan dukungan dari semua staff dan karyawan. Proses motivasi diperlukan agar karyawan mendukung secara penuh strategi yang akan dan sedang dijalankan perusahaan.

d. Alokasi sumber daya

Sumber daya yang perlu dialokasikan kembali untuk pencapaian tujuan-tujuan strategi yang baru adalah keuangan, teknologi, dan sumber daya manusianya. Perubahan strategi sangat mungkin membutuhkan

perubahan alokasi sumber daya karena adanya perubahan prioritas-prioritas dalam aktivitas yang akan dilaksanakan.

9. Evaluasi Strategi Pengembangan

Evaluasi strategi adalah proses yang bertujuan untuk memastikan apakah tindakan-tindakan strategi yang dilakukan perusahaan sudah sesuai dengan perumusan strategi yang telah dibuat atau ditetapkan. Dalam proses evaluasi strategi ini, ada beberapa hal yang harus dilakukan perusahaan, yaitu: Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan

- a. Meninjau kembali permasalahan eksternal dan internal yang terjadi saat ini, apakah menjadi perubahan-perubahan pada saat strategi dirumuskan.
- b. Adanya pengukuran kemampuan atau kinerja perusahaan dengan memetakan kembali, apakah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
- c. Melakukan perbaikan-perbaikan untuk perkembangan perusahaan
- d. Membantu untuk mengembangkan model dimasa mendatang³⁹

IAIN JEMBER

³⁹Musa Hubeis & Mukhamad Najib. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya saing Organisasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2014)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data, tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.⁴⁰

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan pendekatan ini sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan penelitian lapangan merupakan studi dari realita kehidupan sosial secara langsung. Untuk itu dalam situasi penelitian demikian lapangan dapat bersifat terbuka, tidak terstruktur dan fleksibel.

Adapun alasan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dalam penelitian ini berupa data deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya dalam kualitatif yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar dan selain itu semua data yang dikumpulkan kemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti. Jadi bentuk data dari penelitian ini berasal dari naskah wawancara (interview), catatan lapang, foto dan dokumen lainnya. Dengan demikian penelitian ini tidak akan

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013),3.

menghasilkan data dalam bentuk angka melainkan data-data deskriptif yang berupa ungkapan dan perilaku dari obyek yang diteliti.⁴¹

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, lokasi penelitian di Pasar Tanjung yang terletak di pusat kota yaitu di Kabupaten Jember dan peneliti memilih lokasi ini atau pasar Tanjung karena pasar Tanjung adalah pasar terbesar di kabupaten Jember dan sebagai pasar induk dan sudah mengalami proses pembenahan (perbaikan) dari tahun ketahun untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal bagi masyarakat kota maupun di pedesaan yang semakin banyak sehingga tidak menuntut kemungkinan pendapatan para pedagang juga meningkat baik dari segi jumlah maupun fungsi.

C. Subyek Penelitian

Untuk mencari data yang valid peneliti menggunakan *teknik purposive sampling*, yaitu pemilihan informan yang dipandang dapat bisa memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dalam penelitian. Sehingga dalam penelitian hanya dipilih informan yang dipandang mengetahui betul tentang aspek yang akan dikaji dalam penelitian ini. Dengan demikian sesuai dengan konteks penelitian ini peneliti akan mengambil informan yang dianggap kompeten di bidang yang akan diteliti. Berdasarkan pertimbangan tersebut informan dalam penelitian ini adalah :⁴²

1. Pimpinan Mantri Pasar Tanjung (Bapak Sunarso)

⁴¹M.Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),120.

⁴²Ibid,127.

2. Staff Unit Pasar Tanjung salah satunya (Bapak Iskandar) sebagai Administrasi Umum.
3. Pedagang Pasar Tanjung salah satunya (Bapak Imam).
4. Konsumen Pasar Tanjung Ibu Siti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data pada dasarnya merupakan informasi yang dicari untuk memecah suatu masalah. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, data diartikan sebagai kenyataan yang ada yang berfungsi sebagai bahan untuk menyatakan suatu pendapat, keterangan yang benar, dan bahan yang dapat dipergunakan untuk penalaran dan penyidikan. Dilihat dari sumbernya, terdapat dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.⁴³

1. Sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data secara langsung tanpa melalui perantara yaitu wawancara
2. Sumber data sekunder merupakan sumber yang memberikan data secara tidak langsung yaitu melalui orang lain atau lewat dokumen

Adapun teknik pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian ini terdiri dari

1. Observasi Deskriptif

Observasi atau pengamatan digunakan dalam rangka mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Merupakan hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya suatu rangsangan tertentu yang diinginkan atau studi yang disengaja dan

⁴³Ibid.,63.

sistematis tentang keadaan atau fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat.⁴⁴

Metode observasi yang dipilih yaitu observasi terus terang atau samar. Dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti.⁴⁵

Adapun data yang diperoleh dalam Metode observasi di Pasar Tanjung Kabupaten Jember sebagai berikut :

- a. Letak geografis Pasar Tanjung Kabupaten Jember
- b. Keadaan dan kondisi Pasar Tanjung Kabupaten Jember
- c. Produk-produk yang diperdagangkan di Pasar Tanjung
- d. Fasilitas-Fasilitas yang ada di Pasar Tanjung

2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik mendapatkan data dengan cara mengadakan percakapan secara langsung antara pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan pihak yang di wawancarai (*interviewee*) yang menjawab pertanyaan itu. Wawancara adalah menjelaskan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan gagasan melalui teknik tanya jawab yang menghasilkan konstruksi makna tentang suatu topik tertentu.

⁴⁴Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.

⁴⁵Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 63.

Salah satu teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti salah satunya menggunakan teknik wawancara terbuka dan wawancara riwayat secara lisan.

a. Wawancara terbuka, subjek dapat mengetahui maksud tujuan dan materi wawancara sehingga dapat memberikan jawaban- jawabanya sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti.

b. Wawancara riwayat secara lisan, adalah wawancara yang dilakukan secara lisan untuk mendapatkan informasi

Ditinjau dari pelaksanaannya adapun data yang ingin diperoleh dengan menggunakan teknik ini diantaranya adalah :

a. Interview dengan staff atau petugas pasar Tanjung mengenai strategi pengembangan Pasar Tanjung dan program-program pengembangannya dan pelaksanaannya di Pasar Tanjung

b. Interview dengan para pedagang yang terdapat di Pasar Tanjung mengenai fasilitas-fasilitas yang terdapat di Pasar Tanjung dan pendapatan pedagang.

c. Interview kepada para konsumen (pembeli) di Pasar Tanjung mengenai pelayanan yang terdapat dipasar Tanjung.⁴⁶

3. Metode Dokumenter

Dari asal dokumen yang artinya barang-barang tertulis di dalam melakanakan Metode ini, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis

⁴⁶M.Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),130.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.⁴⁷

Peneliti dapat menggunakan dokumen-dokumen tertulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Dokumen ialah setiap bahan tertulis atau film yang tidak dipersiapkan karena ada permintaan seorang peneliti. Dokumen dapat berupa catatan, buku teks, jurnal, makalah, memo, surat, notulen rapat dan sebagainya.

Adapun tujuan dari Metode ini adalah untuk mendapatkan data yang berbentuk gambar, foto, rekaman dan data-data kantor yang berbentuk dokumen diantaranya:

- a. Letak Geografis
- b. Sejarah Pasar Tanjung
- c. Visi dan Misi Pasar Tanjung
- d. Struktur Organisasi
- e. Jumlah Pedagang
- f. Pendapatan retribusi pasar Tanjung 2016

E. Analisis Data

Adapun untuk penelitian kualitatif, analisis data dapat di mulai sejak peneliti mengumpulkan data dilapangan yaitu sejak peneliti memasuki lapangan, sedang berada dilapangan dan sesudah selesai mengumpulkan data dilapangan.

⁴⁷Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 240.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data deskriptif, Penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis, sehingga dalam penelitian ini tidak perlu dirumuskan hipotesis. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan kualitatif.⁴⁸

F. Keabsahan Data

Tidak setiap data yang diperoleh peneliti selalu benar atau sah sesuai dengan realitas yang ada. Oleh karena itu, peneliti harus melakukan pemeriksaan apakah data yang diperoleh memiliki keabsahan atau tidak, teknik keabsahan data didasarkan pada kriteria tertentu.

Dalam menguji keabsahan data ini peneliti menggunakan uji kredibilitas atau tingkat kepercayaan untuk menjelaskan bahwa data hasil penelitian yang dilakukan benar-benar menggambarkan keadaan objek yang sesungguhnya. Dan salah satu teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data penelitian kualitatif salah satunya yaitu dengan triangulasi sumber.

Triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas data dengan cara membandingkan berbagai sumber yang berbeda. Yaitu peneliti mengumpulkan datanya menggunakan sumber orang yang berbeda dengan melakukan interview dan jika data yang dihasilkan sama berarti data tersebut sudah kredibel.

⁴⁸.Djamaal.*Paradigma Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),135.

G. Tahap-tahap Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa tahap sebagai berikut:

1. Memasuki lapangan
 - a) Memilih lapangan
 - b) Mengurusi perizinan
 - c) Menjajaki dan menilai lapangan
2. Selama di lapangan
 - a) Melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian yaitu Pasar Tanjung Kabupaten Jember dengan mencatat segala peristiwa, kejadian, fakta dan cerita seperti aslinya.
 - b) Melakukan wawancara untuk memperoleh data yang berkaitan dengan strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang.
 - c) Pengambilan data-data dan gambar untuk memperjelas data yang diambil melalui teknik observasi dan wawancara.
3. Selesai dilapangan

Mengolah data yang sudah dikumpulkan dengan Metode, analisis data kualitatif yaitu analisis data deskriptif⁴⁹

4. Tahap penulisan laporan

Dalam tahapan terakhir ini peneliti melaporkan seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan laporan secara

⁴⁹.Djamaal.*Paradigma Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),140.

tertulis yang rancangan penulisan laporan sesuai dengan pedoman penulisan karya ilmiah IAIN Jember



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Letak Geografis Pasar Tanjung Kab. Jember

Pasar Tanjung terletak di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, lebih tepatnya berada di Jalan H. Samanhudi No. 442 B dengan No. telp. 0331-488865 dan kode pos 68131. Sementara lokasi pasar Tanjung berada di tengah jantung kota Jember antara lain sebagai berikut :

- a. Sebelah Selatan : Jalan Trunojoyo
- b. Sebelah Utara : Pasar Johar (Jl. Untung Suropati)
- c. Sebelah Timur : Jalan Dr. Wahidin
- d. Sebelah Barat : Jl. Samanhudi

Jarak pasar Tanjung dari beberapa pasar dan toko sebagai berikut :

- a. Lokasi pasar Tanjung berada di jantung Kota Kabupaten Jember.
- b. Jarak pertokoan ke Matahari departemen Store 0.5 Km
- c. Jarak Pasar Tanjung ke pasar Tegal Besar 2 Km
- d. Jarak Pasar Tanjung ke Pasar Mangli 5 Km
- e. Jarak Tanjung ke Pasar Kepatihan 1.5 Km

2. Sejarah Berdirinya Pasar Tanjung

Kabupaten Jember dinyatakan lahir pada tahun 1982 namun situasi dan kondisi daerah sampai dengan lahirnya kemerdekaan RI tahun 1945 belum begitu nampak terjadinya perubahan yang signifikan, pasar Tanjung adalah pasar tradisional terbesar di Kabupaten Jember yang tepatnya berda

di kecamatan Kaliwates. Pasar Tanjung berada ditengah-tengah kota merupakan pasar utama atau induk yang melayani bermacam-macam komoditi perdagangan kebutuhan masyarakat, yang mana pada waktu itu orang-orang pada berkumpul di depan kantor pasar Tanjung yang dulu belum mempunyai nama dan hanya disebut pasar Jember karena nama tersebut baru diwujudkan setelah tumbangya orde lama ke orde baru.⁵⁰

Dari hasil interview dengan bapak Ikandar mengatakan bahwa :

“Dari berdirinya pasar Tanjung hingga sekarang bahwa pasar Tanjung memberikan kenangan tersendiri bagi para masyarakat Jember.mulai dari awal berdiri hingga membantu dalam perekonomian mayarakat Jember”.⁵¹

Masyarakat pada saat itu berkumpul dihalaman pasar Tanjung hanya sekedar ingin mendengarkan siaran pemerintah karena satu-satunya alat komunikasi dan informasi hanya lewat radio yang dikumpulkan dikantor pasar Tanjung dan pada waktu itu kebanyakan masyarakat masih belum mempunyai radio, disitulah mereka bertemu dan bersilahturahmi antar kampung disekitar pasar Tanjungyang pada waktu itu sebagai pusat keramaian Kota Jember pada tahun 50-an, pasar Tanjung hanya dibuka pagi sampai sore hari sehingga masyarakat menyebutnya pasar sampai dengan ashar, karena setelah memasuki jam 17.00 pasar Tanjung yang dikelilingi oleh pagar kawat berduri ditutup total, sehingga tidak ada kegiatan pasar sama sekali.

⁵⁰Data Dokumentasi, di Unit Pasar Tanjung Kab.Jember (Kamis, 20 April 2017)

⁵¹Interview, Iskandar Selaku Admnistratir Umum di Unit Pasar Tanjung Kabupaten Jember (Kamis, 20 April 2017)

Adapun Pembangunan pasar Tanjung berdasarkan Realisasi SK DPR GR Kabupaten Jember tanggal 20 september 1971 No. 08/IX/DPRDGR yang melaksanakan polisi Bupati Jember dalam nota APBD Tahun 1971/1972 tanggal 12 Juli 1971 dengan keputusan biaya pembangunan secara gotong royong antara penghuni dengan pemerintah diantara sebagai berikut:

- a. 25% ditanggung oleh pemerintah
- b. 75% ditanggung sendiri oleh penghuni Pasar Tanjung.

Untuk melaksanakan pembangunan dibentuk pembangunan pasar Tanjung berdasarkan SK Bupati tanggal 04 September 1972 No.SEK/III/35/1972 yang kemudian disempurnakan kembali SK Bupati tanggal Juli 1974 No.44 Tahun 1974 hanya menampung pedagang selama pembangunan pasar Tanjung yang sebelumnya menempati pasar Tanjung lama maka dibuat pasar penampung sementara yang beralamat di Jl. Dr.Wahidin, Jl. H.Samanhudi , Jl. W.R. Supratman pada tanggal 19 November 1972 sebanyak 990 los dengan perincian sebagai berikut:

- a. Ukuran 2x3 (los tertutup) sebanyak 480 los
- b. Ukuran 2x1.5 (los terbuka) sebanyak 180 los
- c. Ukuran 1x1.5 (los terbuka) sebanyak 330 los

Pada tanggal 18 Januari 1973 s/d 24 Januari 1973 para pedagang diperintahkan untuk mengosongkan pasar Tanjung lama dan menempati pasar penampung sementara, peletakkan batu pertama oleh Bupati Jember dilaksanakan pada tanggal 19 April 1973 pada tanggal 22 April 1976. pasar

Tanjung baru mulai ditempati oleh para penghuni pasar Tanjung yang terdiri dari pedagang pasar Tanjung dan pasar Johar, peresmian pasar Tanjung oleh Bapak Menteri dalam Negeri pada tanggal 03 Mei 1976 dan bersamaan dengan peresmian proyek-proyek pembangunan pemerintah Jember seperti Masjid Jami' Al Baitul Amien, lapangan Olahraga bulutangkis (*Sport Hall*) serta pembentukan kota administratif Kab. Jember.

Adapun luas Pasar Tanjung Kab. Jember sebagai berikut:

a. Luas Tanah Seluruhnya	: 25.105 m ²
b. Luas Bangunan	: 24.970 m ²
Terdiri Atas & Bawah	: 22.970 m ²
Lantai 03 (Tiga)	: 2000 m ²

Adapun Status Tanah atau Bangunan Pasar Tanjung sebagai berikut:

- a. Nama pemegang hak Pemerintah Kabupaten Jember
- b. Sertifikat Nomor : 4490 Tahun 1987
- c. Tanggal 28 Agustus 1987

Perkembangan Pedagang atau pertumbuhan pedagang sangat pesat sekali, karena pasar Tanjung merupakan pasar VIP, sehingga perlu dikembangkan dari pasar tradisional menjadi pasar modern (Derepetalisasi) bekerjasama dengan pihak pengembang (Investor) dan tingkat keramaian dari tahun ketahun pertumbuhan perekonomian semakin meningkat yang bersifat global, adanya perdagangan bebas dalam menciptakan produk keanekaragaman jenis barang dagangan yang berkualitas yang memiliki

daya saing. Dan produk yang diperjual belikan dipasar Tanjung berupa elektronik, konveksi, sembako, daging api, daging ayam, ikan basah/kering, sayur-sayuran.

3. Visi dan Misi Pasar Tanjung

Dari hasil interview bapak Iskandar mengatakan bahwa:

“Pasar Tanjung memiliki visi dan misi yang sangat kuat agar pasar ini dapat benar-benar memberikan suatu tujuan yang berkualitas dan professional, kuat tidaknya suatu pasar juga tergantung pada visi dan misinya”.⁵²

Sejalan dengan berdirinya pasar Tanjung Kabupaten Jember suatu keinginan yang tercermin dalam suatu program harus dituangkan dalam bentuk visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi akan menjadi acuan dalam menentukan kebijakan strategis organisasi yang akan diterapkan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi organisasi untuk menuju organisasi yang berkualitas dan profesional. Dengan hal tersebut maka semua lapisan yang terkait dengan organisasi harus ikut dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi organisasi, sehingga tumbuh komitmen bersama untuk mengembangkan organisasi.

a. Visi

Meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah sendiri (PDAS) khususnya retribusi yang bertumpu pada pengelolaan yang demokratis, efisien dan pelayanan yang prima dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah yang nyata dan bertanggung jawab.

⁵²Interview, Iskandar Selaku Administrasi Umum di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Kamis, 20April 2017)

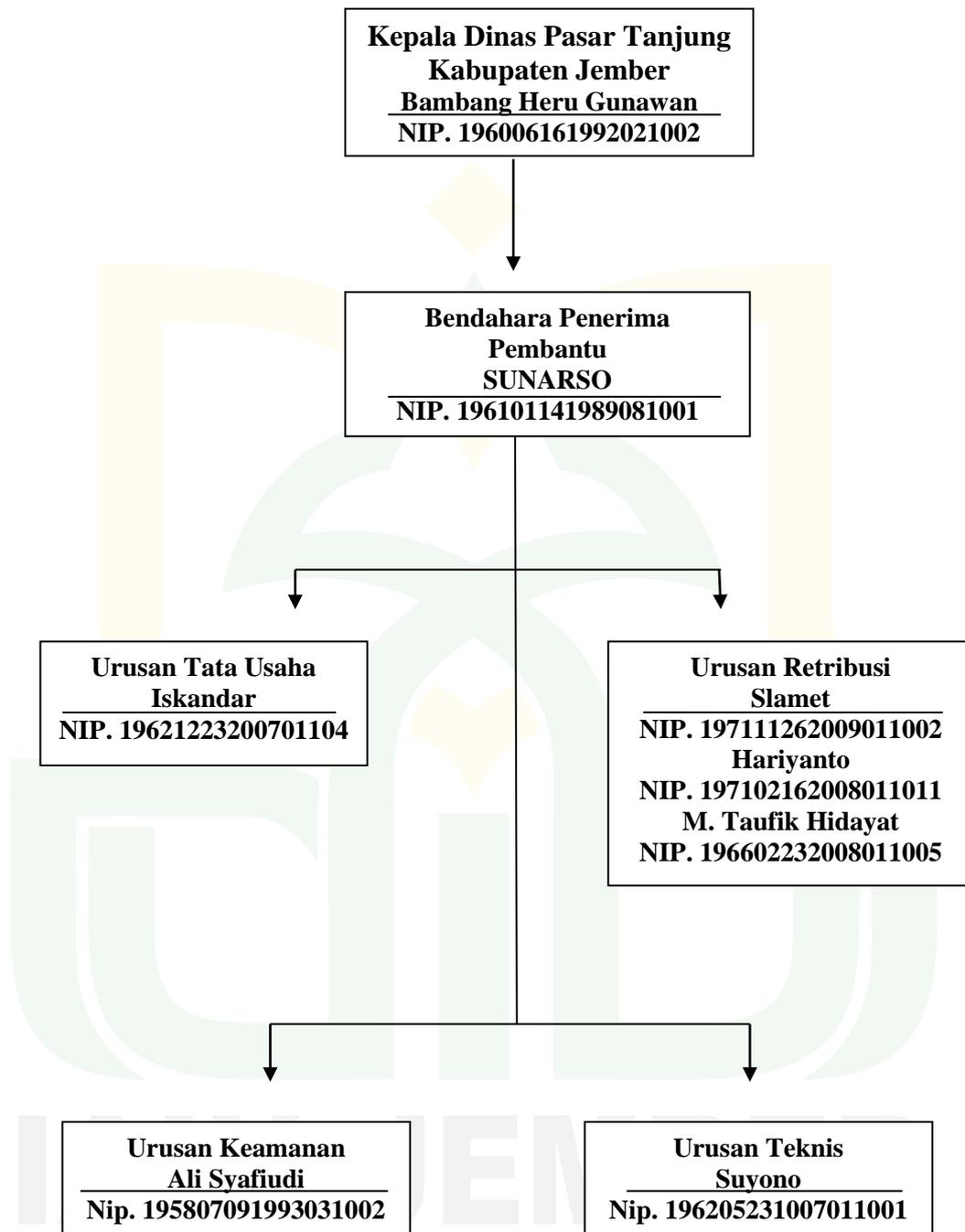
b. Misi

1. Pemberdayaan daya dan partisipasi pedagang sebagai penerima fasilitas berupa sarana bangunan sebagai tempat kegiatan usahanya. guna ikut membangun dan memperbaiki sarana yang sudah ada berupa toko atau kios yang berada di pasar.
2. Mewujudkan pelaksanaan mekanisme kerja yaitu dengan pengawasan dan pengendalian dalam upaya peningkatan pendapatan dan mencegah kebocoran.
3. Mewujudkan tertib administrasi pemasukan retribusi pasar
4. Mewujudkan keterampilan dan kedisiplinan petugas selaku ujung tombak dalam memungut retribusi pasar.
5. Mewujudkan kesadaran masyarakat atau pedagang untuk membayar retribusi pasar.
6. Mewujudkan pelayanan yang prima kepada pengguna fasilitas pasar baik para pedagang, konsumen maupun pembeli.
7. Mewujudkan peningkatan koordinasi yang baik dengan instansi terkait.⁵³

IAIN JEMBER

⁵³Makalah. *Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. (Jember: Unit Pasar Tanjung. 2012.) hlm 04.

4. Struktur Organisasi Unit Pasar Tanjung Jember⁵⁴



⁵⁴Interview, Iskandar Selaku Admnistrasi Umum di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (29 April 2017).

a.) Tugas dan wewenang Kepala Dinas, Bendahara Penerima Pembantu, urusan Tata Usaha, Urusan Retribusi, Urusan Keamanan, Urusan Teknis.

1. Kepala Dinas

- a. Melaksanakan kewenangan otonomi daerah di bidang pasar
- b. Melaksanakan tugas dinas pasar yang berada di Kab. Jember
- c. Perumusan kebijakan teknis pemberian bimbingan dan pembinaan, pengelolaan pasar di Kab. Jember
- d. Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum
- e. Pembinaan terhadap unit pelaksana teknis dinas dan cabang dinas Kabupaten Jember
- f. Pengelolaan urusan ketata usaha dinas

2. Bendahara Penerima Pembantu (Kepala Pasar)

- c. Memantau hasil pendapatan retribusi pasar.
- d. Memantau kebersihan pasar.
- e. Memantau ketertiban dan keamanan pasar.
- f. Menempatkan pedagang sesuai dengan jenis pedagang

3. Urusan Tata Usaha

- a. Mencatat buku kas
- b. Mencatat buku pembantu perincian proyek
- c. Membuat buku register karcis (Mode)
- d. Membuat laporan realisasi penerimaan dan pengeluaran uang (Mode DPDII/ 63)

- e. Mengetik tanda setoran (STS)
- f. Membuat laporan persediaan/ realisasi keuangan benda berharga
- g. Membuat daftar realisasi penerimaan retribusi pasar
- h. Membuat daftar tagihan sewa bulanan (Bonderil)
- i. Memiliki kwitansi sewa bulanan
- j. Mencatat dan mendistribusikan karci aharian setiap hari kepada masing-masing juru pungut (JP)
- k. Membuat daftar hadir
- l. Membuat surat permintaann benda berharga UPTD/ unit penghasil (SPBBU)
- m. Membuat surat permintaan perforasi
- n. Membuat laporan mingguan
- o. Mencatat surat masuk dan surat keluar

Bapak Iskandar mengatakan bahwa :

“Tata usaha terbagi menjadi lima belas dan ini sangat penting dan dapat mengetahui gambaran dari tugas-tugas tata usaha”.⁵⁵

4. Urusan Keamanan

- a. Mengamankan ketertiban dan keamanan pasar.
- b. Serta membantu kepentingan secara umum.

Ini juga diperjelas hasil interview dengan bapak Bura'I mengatakan bahwa:

⁵⁵Interview, Iskandar Selaku Admnistrasi Umum di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Selasa, 02 Mei 2017).

“Disini untuk keamanan juga bekerja sama dengan pihak kepolisian agar keamanan disini lebih terjamin. untuk petugas keamanan di pasar Tanjung sendiri masing-masing sudah ada”.⁵⁶

TABEL 4.1
JADWAL UNTUK PETUGAS KEAMANAN
PASAR TANJUNG

No.	Jam	Jumlah
1	Pagi 06.00 s/d 14.00	5 orang
2	Siang 14.00 s/d 21.00	5 orang
3	Malam 21.00 s/d 06.00	5 orang
	Jumlah	15 orang

Sumber : *Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. 12 Februari 2012.

5. Urusan Teknis

1. Menyelenggarakan pembinaan dan pelayanan keamanan, ketentraman dan ketertiban pada konsumen maupun pedagang di Pasar Tanjung
2. Menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan Pasa Tanjung
3. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Pasar Tanjung

6. Urusan Retribusi

1. Memungut retribusi kepada para pedagang
2. Mencatat hasil retribusi⁵⁷

Suatu program tidak akan berjalan lancar tanpa orang-orang ahli di dalamnya yang telah ikut mensukseskan program-program tersebut berikut data para pegawai di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember.

⁵⁶Interview, Bura'i Selaku Petugas Keamanan di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Rabu, 26 April 2017).

⁵⁷Interview.Slamet.Selaku Kordinator Retribusi Bulanan di Unit Pasar Tanjung. (27 April 2017).

TABEL 4.2
Daftar pegawai (PNS) Unit. Pasar Tanjung

No.	Nama	NIP	Gol	Keterangan
1.	Suramo	1960 06 06 1985 03 1 024	II/c	Staff Kantor
2.	Noorcholis	1983 04 15 2010 01 1 003	II/a	Staff Kantor
3.	Kusno	1967 07 06 2007 01 1 030	I/c	Staff Kantor
4.	Slamet	1971 11 26 2009 01 1 002	I/b	Kord.Ret Bulanan
5.	Hariyanto	1971 02 16 2008 01 1 011	II/a	Kord.Ret Bulanan
6.	Sugeng Hariyanto	1977 01 12 2009 01 1 005	II/b	Juru pungut bulanan
7.	Suyono	1962 05 23 2007 01 1 001	I/d	Juru pungut bulanan
8.	R.Taufik Hidayat	1966 02 23 2008 01 1 005	II/b	Juru pungut Ret. Harian
9.	Sutarmin	1962 12 01 1989 03 1 008	II/c	Juru pungut harian
10.	Ismail	1968 10 05 2007 01 1 028	II/c	Kord. Perawatan
11.	Mustadi	1960 12 25 1993 03 1 002	II/a	Perawatan
12.	Amsin	1960 08 05 2006 04 1 022	I/c	Perawatan
13.	Djumari	1964 01 01 2009 01 1 000	I/b	Perawatan
14.	Miskadi	1961 12 05 1993 12 1 001	II/a	Kord. Kebersihan
15.	Mustofa	1963 06 06 1992 03 1 016	II/a	Kebersihan
16.	Sahir	1972 10 03 2007 01 1 007	II/a	Kebersihan
17.	Ahmad Saihu	1968 12 20 2007 01 1 013	I/d	Kebersihan
18.	Amsari	1972 01 02 2008 01 1 010	I/d	Kebersihan
19.	Jumari	1970 11 12 2008 01 1 022	I/b	Kebersihan

No.	Nama	NIP	Gol	Keterangan
20.	Ngadiman	1971 06 04 2007 01 1 114	I/c	Kebersihan
21.	Wagimin	1963 08 06 2008 01 1 014	I/b	Kebersihan
22.	Sucipto Bunadin	1966 08 17 2008 01 1 004	I/b	Kebersihan
23.	Sahri	1970 04 06 2008 01 1 012	I/b	Kebersihan
24.	Asan	1970 02 19 2009 01 1 002	I/b	Kebersihan
25.	Buras	1960 07 02 2006 04 1 011	I/b	Kebersihan
26.	Sumawi	1968 05 17 2007 01 1 027	I/b	Kebersihan
27.	Ismail	1968 10 05 2007 01 1 028	II/c	Kord. Perawatan
28.	Mustadi	1960 12 25 1993 03 1 016	II/a	Perawatan
29.	Amsin	1960 08 05 2006 04 1 022	I/c	Perawatan
30.	Djumari	1964 01 01 2009 01 1 000	I/b	Perawatan
31.	Bura,I	1965 01 20 2012 12 1 002	I/a	Keamanan
32.	Sutrisno	1969 06 02 2008 01 1 020	I/d	Pengemudi truk sampah

Sumber :Daftar Pegawai Negeri Sipil Unit Pasar Tanjung .Jember: 16 November 2016

Dari hasil data yang didapat selama dilapangan bahwa strategi pengembangan Pasar Tanjung dapat terlaksana dengan baik dan berjalan secara maksimal karena pihak pengelola saling bergotong royong dalam melaksanakan kegiatan pasar ini terbukti dari hasil daftar pegawai baik PNS dan Non PNS. Berikut data pegawai Non PNS yang ikut membantu mengelola Pasar Tanjung.

TABEL 4.3**Daftar Karyawan/ Ti Sukwan Tergaji Unit. Pasar Tanjung**

No.	Nama	Pendidikan
1.	M. Ifan Fauzi Zakaria, SH.	S.1
2.	Andrew Octya Wednady, SE.	S.1
3.	Elli Theresia Septiyana, SH.	S.1
4.	Ahmad Fatoni Junifar, SE.	S.1
5.	Diah Anggraeni, SE.	S.1
6.	Arief Tirtana, Amd.	Diploma
7.	Moh. Rusdi, Amd.	Diploma
8.	Adi Wiyono	STM
9.	Moh Suhadak	SMA
10.	M. Taufik Kurrohim	SMA
11.	Agus Kurniawan	SMK
12.	Linda Rejekiningtyas	SMA
13.	Rico Abesta	SMK
14.	Ahmadi Setiawan	SMA
15.	Suharto	MAN
16.	Rendi Ari Prayogi	SMA
17.	Merita Tisna Maya	SMA
18.	Lusiana Eka Adt	SMK
19.	Suyono	SMA
20.	Hendrik Efendi	SMP
21.	Matsari	SD
22.	M. Basori	SMK
23.	Hendrik Susanto	SMK
24.	Alfandi	SMK
25.	A. Refi Isbiyanto	SMK
26.	Rahmad Efendik	SMK
27.	Ahmad Baidowi	MAN

No.	Nama	Pendidikan
28.	Heri Purwito	SMP
29.	Irfan Efendi	SMK
30.	Hambali	SMK
31.	Rico Firdaus	SMK
32.	Sony Suyatyo Budi	SMA
33.	Fanjar Arik Kusuma	SMA
34.	Misbahul Munir	SMA
35.	Mahfud Junaidi	SMA
36.	Eddy Purwanto	SMA
37.	Rizqy Amrulloh Arizona	SMA
38.	Muhammad Roziki	SMK
39.	Edy Risyanto	SMA
40.	Heru Masruroh	SMA
41.	Wawan Wicahyono	SMK
42.	Fendik Julfianto	SMK
43.	Yuga Aditya Putra AM.	SMK

Sumber :Daftar Pegawai Negeri Sipil Unit Pasar Tanjung . Jember: 16 November 2016

Dengan adanya struktur organisasi diharapkan mampu berjalan lancar untuk itu diperlukan perawatan di dalam pasar Tanjung agar dapat bertahan dalam jangka panjang dan ini juga diperjelas dengan hasil interview dengan bapak Ismail yang mengatakan bahwa:

“Agar suatu strategi pengembangan pasar Tanjung dapat memberikan program-program yang baik dan bertahan juga diperlukan sebuah perawatannya di dalam pembangunannya.”⁵⁸

⁵⁸Interview, Ismail Selaku Kordinator Perawatan di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (22 April 2017).

B. Penyajian Data dan Analisis

Dalam pembahasan ini akan dideskripsikan mengenai Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang sebagaimana yang telah dijelaskan pada Bab III bahwa penelitian ini menggunakan Metode atau teknik observasi, wawancara (*interview*), dan dokumenter sebagai alat untuk memperoleh data yang berkaitan dengan objek penelitian yang diteliti. Oleh karena itu dalam pembahasan ini akan dipaparkan secara rinci dan sistematis tentang objek yang diteliti yang mengacu pada fokus penelitian yaitu :

1. Ragam strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang
2. Analisis Strategi pengembangan Pasar Tanjung dalam meningkatkan Pendapatan Para Pedagang
3. Pelaksanaan Program pengembangan pasar Tanjung

Sebelum menyajikan data-data yang diperoleh dari lapangan yang sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti memaparkan data-data secara umumnya mengenai strategi pengembangan Pasar Tanjung di dalam meningkatkan pendapatan para pedagang.

a. Ragam Strategi Pengembangan Pasar Tanjung dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang.

Sesuai dengan hasil interview yang dilakukan dengan Bapak Sunarso dan beberapa staff yang ada di pasar Tanjung mengatakan bahwa untuk ragam strategi pengembangan ada tiga yang perlu diperhatikan yang nantinya dan dapat memberikan suatu gambaran program yang tepat untuk ditetapkan di pasar Tanjung salah satunya dengan melakukan beberapa kebijakan yaitu pemberdayaan pasar Tanjung yang nantinya akan

memberikan program-program yang pas didalam pemberdayaan yang ada di pasar tanjung itu sendiri dan pengembangan promosi pasar Tanjung.

Dari hasil wawancara dengan bapak Sunarso mengatakan bahwa ragam strategi pengembangan pasar tanjung :

“Kalau bicara soal strategi pengembangan disini di pasar tanjung menurut saya sama seperti pasar tradisional yang lain ada pemberdayaan pasar yang nantinya akan memberikan program-program yang pas didalam pemberdayaan yang ada di pasar tanjung itu sendiri dan ada promo pasar , lebih di utamakan ke perbaikan baik itu pada bangunan, kenyamanan, fasilitas dan tingkat keamanan. Yang mungkin tadi disebut sama rifa disebut dengan penambahan jumlah, fungsi, perluasan pasar. yang nantinya akan lebih difokuskan lagi program-pogram apa yang tepat untuk dilakukan.”⁵⁹

Ragam strategi pengembangan pasar tanjung dapat dikelompokkan menjadi tiga aspek sebagai berikut:

1. Penambahan Jumlah

Di dalam penambahan jumlah ada yang namanya kebijakan yaitu pemberdayaan pasar Tanjung, dimana pemberdayaan pasar Tanjung ini untuk mewujudkan misi dan diharapkan dapat memberikan peningkatan pendapatan dengan membuat suatu program yang disebut dengan revitalisasi, pendirian koperasi, promo pasar, dengan merevitalisasi sarana dan prasarana fisik, pemberdayaan pelaku pasar. dimana program revitalisasi dilaksanakan melalui berbagai macam cara yaitu :

- a. Perbaikan infrastruktur pasar yaitu perbaikan atap, pembuatan drainase dan pemeliharaan bangunan
- b. Peningkatan kebersihan lingkungan pasar Tanjung

⁵⁹Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017).

- c. Peningkatan pengamanan dan penertiban dengan menambah frekuensi patrol pasar oleh petugas keamanan dan ketertiban yang bekerja sama dengan kepolisian.
- d. Pembinaan dan pemberdayaan pedagang melalui peningkatan kemampuan pedagang dalam manajemen usaha, stock barang dan ketepatan ukuran/timbangan.

Selain program revitalisasi pasar pembentukan komunitas pasar merupakan suatu upaya bagi pemberdayaan pelaku pasar. Peran dan fungsi dari paguyuban tersebut antara lain sebagai wadah untuk aspirasi pedagang dan sebagai penyambung antara pedagang dengan pengelola (dinas pasar) dan mempermudah distribusi informasi dan salah satu paguyuban yang ada di pasar Tanjung adalah Ikatan Pedagang Arloji dan Radio atau disebut dengan (IKPAR), Paguyuban Pedagang Pasar Tanjung.

Sehingga memberikan dampak positif terbukti dengan hasil interview kepada para pedagang melalui program revitalisasi pasar Tanjung sebagai berikut:

TABEL 4.7

**FAKTOR KONSUMEN BELANJA DI PASAR TANJUNG MELALUI
PENGEMBANGAN PASAR (REVITALISASI) 2017**

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
1.	Ibu Siti	Sayur-mayur,dll ⁶⁰	a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan) b. bisa ditawar c. sayurnya masih segar d. lebih suka berbelanjapasar	Rp 500.000-700.000

⁶⁰Interview.Siti Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017).

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			<p>tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya</p> <p>f. sudah punya langganan</p> <p>g. Bisa pindah ke pedagang lain</p> <p>h. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p> <p>i. Harga ekonomis</p> <p>j. Tingkat keamanan terjamin, kebersihan terjamin.</p>	
2.	Ibu Mahmud ⁶¹	Sayur-mayur,dll	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanjapasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnyasudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah kepedanga lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p> <p>h. Tingkat keamanan terjamin, kebersihan terjamin.</p>	Rp 500.000-1.000.000
3.	Ibu Febri ⁶²	Sayur-mayur,dll	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanjapasar tradisional</p>	Rp 500.000-700.000

⁶¹Interview. Mahmud. Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

⁶²Interview.Febri.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			<p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah ke pedangan lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p> <p>h. Tingkat keamanan terjamin, kebersihan terjamin.</p>	
4.	Ibu Rudi ⁶³	Sayur-mayur, dll	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanja pasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah ke pedangan lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p> <p>h. Tingkat keamanan terjamin</p>	Rp 500.000-800.000
5.	Ibu Yana ⁶⁴	Beras, telur, dll	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanja pasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p>	Rp 500.000-700.000

⁶³Interview.Rudi.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

⁶⁴Interview.Yana.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			<p>f. Bisa pindah kepedanga lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p>	
6.	Ibu Rohmah ⁶⁵	Beras,telur, dll (sembako)	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanja pasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah kepedanga lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap</p> <p>h. Tingkat keamanan terjamin</p>	Rp 500.000-1.500.000
7.	Ibu Dian	Beras,telur, dll (sembako) ⁶⁶	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanja pasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah kepedanga lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik</p>	Rp 500.000-2.000.000

⁶⁵Interview.Rohmah.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

⁶⁶Interview.Dian Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			kebersihan walaupun secara bertahap. h. Tingkat keamanan terjamin	
8.	Ibu Zahriah ⁶⁷	bumbu,dll (sembako)	a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan) b. bisa ditawar c. sayurnya masih segar d. lebih suka berbelanjapasar tradisional e. banyak yang kenal sama penjualnyasudah punya langganan f. Bisa pindah kepedanga lain g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.	Rp 500.000-1.500.000
9.	Bpk Hendra ⁶⁸	Jam tangan, dll	a. Lebih murah b. bisa ditawar c. lebih suka berbelanjapasar tradisional d. langganan e. Tingkat keamanan terjamin	Rp. 500.000
10.	Bpk Toni ⁶⁹	Celana, dll	a. Lebih murah b. bisa ditawar c. bersih d. tertib penjualnya. e. lebih suka berbelanjapasar tradisional f. langganan g. Bisa pindah kepedanga lain	Rp. 500.000

⁶⁷Interview.Zahriah.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

⁶⁸Interview.HendraSelaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

⁶⁹Interview. Toni. Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			h. Harga ekonomis	
1.	Bpk Syahroni ⁷⁰	Sepeda untuk anaknya	a. Lebih murah b. bisa ditawar c. lebih suka berbelanjapasar tradisional d. bersih e. ekonomis	RP. 400.000

Dari hasil interview dengan salah satu konsumen yaitu ibu Siti mengatakan bahwa:

“aku sering belanja di pasar Tanjung soalnya lebih nyaman walaupun tidak punya uang sedikit itupun bisa di tawar dengan uang lima puluh ribu itu sudah dapat macam-macam berbeda dengan pasar modern, sekarang pasar Tanjung lebih bersih dan teratur”⁷¹.

Dari hasil pengamatan dan interview di lapangan bahwa faktor-faktor konsumen berbelanja di Pasar Tanjung dengan adanya program revitalisasi, terkait pengembangan yang ada di pasar tanjung mengalami peningkatan ini terbukti dari hasil interview dengan ibu Siti suka dan sering berbelanja di pasar tanjung disebabkan produk yang dijual lebih murah dan terjamin mutunya bisa dijual lagi (kulaan), dan bisa ditawar berbeda kalau berbelanja di pasar modern, sayurnya masih segar langsung dari pertanian, dan lebih suka berbelanja pasar tradisional, banyak yang kenal sama penjualnya, sudah menjadi langganan

⁷⁰Interview.Syahroni.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

⁷¹Interview.Siti Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017).

walaupun bawa uang sedikit dapat berbelanja lebih dari satu, bisa pindah ke pedagang lain dan selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap, penjual teratur (tertib) dan rata-rata uang yang dibelanjakan sekitar 100.000-2.000.000 bahkan lebih ini disebabkan setiap tahun ke tahun pasar Tanjung selalu mengalami peningkatan dari faktor pengembangan dengan program revitalasi dan tingkat keamanan yang ada di Pasar Tanjung mengalami peningkatan dibuktikan dengan jumlah petugas keamanan yang jumlahnya cukup memadai.

2. Penambahan fungsi

Di dalam penambahan fungsi juga terdapat Program untuk pengembangan Pasar Tanjung adalah dengan mendirikan koperasi pasar Tanjung.

Koperasi pasar Tanjung adalah koperasi pedagang pasar yang sebagian anggotanya berasal dari pedagang pasar Tanjung Jember. koperasi ini didirikan pada bulan 04 1981 oleh Sri Sahab sebagai Ketua Koperasi, Syar'an Udin sebagai sekretaris, dan Abdul Wahab sebagai bendahara. Mereka mendirikan koperasi pasar dengan alasan karena di pasar Tanjung membutuhkan suatu persatuan dan menginginkan peningkatan taraf hidup bagi para pedagang pasar.⁷²

Dari hasil interview dengan bapak Iskandar mengatakan bahwa:

⁷² .Sistematika Profil Koperasi Pasar Tanjung Kabupaten Jember. (Jember:Unit Pasar Tanjung.2012)hlm,15.

“koperasi pasar Tanjung di dirikan dengan tujuan memberikan bantuan modal kepada para pedagang khususnya di pasar Tanjung dimana setiap anggota dari koperasi pasar Tanjung adalah pedagang di pasar Tanjung”.⁷³

3. Perluasan pasar

Untuk perluasan pasar yang ada di Pasar Tanjung dengan melakukan promo pasar dengan pengenalan pasar ke seluruh masyarakat luas baik di Jember maupun yang ada di luar Jember, diharapkan promo pasar ini dapat memberikan yang lebih baik dari segi sarana dan prasarana yang ada di pasar tanjung, produk-produk yang diperjual belikan dengan mengenalkan Pasar Tanjung lewat media massa maka tidak menuntut kemungkinan orang-orang banyak mengenal pasar Tanjung disebabkan teknologi semakin canggih dan semakin banyaknya pengguna teknologi. Dan sebagai ikon Kabupaten Jember dan terutama dapat meningkatkan omset penjualan dan diharapkan mampu memberikan peningkatan jumlah pengunjung.

Bapak Sunarso mengatakan bahwa :

“Dengan promo pasar diharapkan mampu memberikan peningkatan omset penjualan dan dapat menjadi salah satu pusat perbelanjaan yang ekonomis, dan menjadi Icon Kab.Jember sehingga kebelakangnya nanti pasar Tanjung akan lebih banyak dikenal”.⁷⁴

Dari strategi pengembangan Pasar Tanjung maka dapat di jelaskan apa saja yang menjadi bahan acuan baik di dalam penambahan jumlah, penambahan fungsi, perluasan pasar dengan

⁷³ Interview, Iskandar Selaku Administrasi Umum Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Selasa, 02 Mei 2017).

⁷⁴Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017)..

terbentuknya program di dalam strategi pengembangan yaitu Revitalisasi, Pendirian Koperasi, Promo Pasar dan dapat memberikan peningkatan pendapatan.

Berdasarkan Undang-undang No. 07 Tahun 2014 pasal 13 tentang perdagangan. Dimana konsentrasi pengembangan pasar tradisional atau pasar rakyat ada empat hal sebagai berikut :

1. Pemerintah bekerjasama dengan pemerintah daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing.
2. Pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam bentuk :
 - a. Pembangunan atau revitalisasi pasar rakyat
 - b. Implementasi manajemen pengelolaan yang professional
 - c. Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing
 - d. Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat
 - e. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat diatur dengan berdasarkan peraturan presiden .⁷⁵

⁷⁵<http://Desperindag.sumutprov.go.id/downlot.uu-no-7-2014>.

b. Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tanjung Kab. Jember dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang

Strategi pengembangan Pasar Tanjung umumnya sama dengan pasar yang lain yang ada di Kabupaten Jember, dari hasil interview yang dilakukan dengan bapak Sunarso mengatakan bahwa:

“semuanya sama menurut saya strategi pengembangan yang di sini di pasar tanjung sama dengan pasar tradisional yang lain banyak dilakukan perbaikan atau yang disebut dengan revitalisasi. sebelum merevitalisasi pasar Tanjung perlu adanya analisis lingkungan baik dari kekurangan maupun kelebihan, yang ada di pasar Tanjung”.⁷⁶

strategi pengembangan yang ada di Pasar Tanjung tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional lainnya. Dimana Pasar Tanjung ini dilihat dari masa berdirinya yaitu pada 12 Juli 1971 hingga sekarang wajar dan sepatutnya kalau dilakukan yang namanya pengembangan pasar agar Pembangunan suatu pasar dapat dan perlu memperhatikan kesejahteraan pedagang maupun pembeli yang ada di pasar tersebut. Lewat penataan kembali pasar tradisional yang memperhatikan aspek kenyamanan, pelayanan dan keamanan, maka potensi yang dimiliki pasar tradisional akan dapat meningkat dan memiliki daya saing yang meningkat dan diharapkan mampu memberi keunggulan bagi Pasar Tanjung.

Pengembangan pasar Tanjung khususnya dilakukan analisis lingkungan dikarenakan beberapa alasan baik dari segi kekuatan, maka dilakukanlah yang namanya strategi pengembangan sesuai dengan visi dan misi Pasar Tanjung, tidak mudah terbentuknya sebuah strategi perlu yang

⁷⁶Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017).

namanya persetujuan dari berbagai pihak untuk itu dilakukan beberapa tahap di dalam melakukan strategi pengembangan Pasar Tanjung sesuai dengan hasil analisis lingkungan sebagai berikut :

Dari hasil wawancara dengan bapak Sunarso mengatakan bahwa: "di dalam melakukan sebuah strategi pengembangan baik yang menjadi kelemahan, ancaman, kekuatan, peluang yang ada di pasar Tanjung".⁷⁷

Di dalam melakukan sebuah tindakan strategi pengembangan maka diperlukan yang namanya analisis lingkungan atau mengidentifikasi apa saja yang menjadi faktor kekuatan pengembangan pasar Tanjung sebagai berikut:

1. Kekuatan

Pasar tanjung memiliki beberapa kekuatan yang dapat meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Tanjung sebagai berikut berikut :

- a. Harga ekonomis "murah"
- a. Bisa tawar-menawar
- b. Adanya paguyuban pasar yang mendukung kegiatan pasar sehingga segala aspirasi para pedagang dapat teroganisir
- c. Adanya program revitalisasi, pembangunan koperasi pasar Tanjung dan promo pasar yang meningkatkan pendapatan pedagang.
- d. Adanya kewenangan dinas dalam mengelola pasar
- e. Adanya petugas pengelola pasar yang merawat dan memberikan pasar Tanjung

⁷⁷Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017).

- f. Adanya perda Kabupaten Jember Nomor 13 tahun 2006 tentang pengelolaan pasar yang dikuasai oleh pemerintah daerah

Dari hasil wawancara dengan bapak Miskadi mengatakan bahwa:

“Kalau saya bicara pake Madura tak napahbing? Sebelum ekalakoh naph beih program-programah kadissak eabes gelluh napanah se korang mungkin bedeh she rosak se perlo eperbaiki entah kadissah soal bangunan, kebersihan, keamanan sareng fasilitas se korang, pas bisa erumus agi entah bangunan nikah epaderemmaah naph beih se e kaparloh senikah”.⁷⁸

Setelah dilakukan analisis lingkungan di Pasar Tanjung maka untuk tahap selanjutnya yaitu perumusan masalah strategi yang *pertama*, dengan melakukan yang namanya perumusan strategi dan isi dari perumusan strategi pengembangan Pasar Tanjung sebagai berikut :

- a. Kebersihan lingkungan pasar harus terjaga dengan menyediakan petugas bersih pasar, menyediakan tempat sampah, memberikan kesadaran atau sanksi bagi para pedagang dan pembeli untuk menjaga kebersihan pasar.

Dan ini juga diperjelas dengan hasil wawancara dengan bapak Mustofa mengatakan bahwa:

“Kebersihan lingkungan menjadi salah satu prioritas utama karena kenyamanan para pengunjung menjadi hal paling utama. Bagaimana masyarakat mau tertarik berbelanja di pasar Tanjung kalau tempatnya kotor? Nah, ini menjadi tugas kita untuk saling menjaga kebersihan lingkungan pasar Tanjung bukan hanya petugas kebersihan tetapi semua yang menempati area pasar Tanjung dan juga masyarakat Jember karena pasar Tanjung ini milik masyarakat Jember yang harus dijaga kelestariannya”.⁷⁹

⁷⁸Interview, Miskadi Selaku Koordinator Kebersihan di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Selasa, 25 April 2017).

⁷⁹Interview. Mustofa Selaku Kebersihan di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Jumat, 28 April 2017)

- b. Memperbaiki sarana dan prasarana yang di pasar Tanjung terkait bangunan
- c. Memberikan fasilitas tempat sholat, kamar mandi, parkir yang memadai, tingkat keamanan yang dipertinggi.

Pertama, Pelaksanaan Strategi yang ada di Pasar Tanjung .untuk pelaksanaan strategi disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dimana dan dilakukan secara bertahap dan berkisinambungan agar pelaksanaan strategi tepat sasaran dan dapat memberikan keuntungan bagi para pedagang dan pembeli.

Kedua, Evaluasi Strategi yang di pasar Tanjung agar strategi dapat berjalan lancar maka penting untuk di evaluasi agar dapat memberikan solusi bagi pasar Tanjung sendiri dan dapat di jadikan referensi nantinya dan mengurangi adanya resiko kegagalan.

Dalam strategi pengembangan perlu mengetahui jumlah pedagang, Jumlah Toko/ Los/Bedak/Lesehan, Surat Ijin Menempati (SIM) yang ada di pasar Tanjung.

Berikut daftar jumlah pedagang yang ada di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

TABEL 4.4
Kelompok Jumlah Pedagang

No.	Toko	Jumlah
1	Tertutup	1251 Pedagang
2	Terbuka	858 Pedagang
3	Lesehan	556 Pedagang

Sumber : Sistematika Profil Pasar Tanjung KabupatenJember
12 Februari 2012.

TABEL 4.5
Jumlah Toko/ Los/ Bedak/ Lesehan

No.	Lantai Bawah	Jumlah
1.	Toko Tutup	7
2.	Toko Buka	524
	Lantai Atas	531
1.	Toko Tutup	396
2.	Toko Buka	334
	Total	1261

Sumber :Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember.12
Februari 2012.

TABEL 4.6
Data Surat Ijin Menempati (SIM)

No.	Lantai Atas		Lantai Bawah	
	1	Sudah di perpanjang	76 SIM	Sudah diperpanjang
2	Belum diperpanjang	427 SIM	Belum diperpanjang	411 SIM
	Total	503	Total	531

Sumber :Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember. 12 Februari
2012.

c. Pelaksanaan program Pengembangan Pasar Tanjung Kab. Jember

Dari hasil interview dan observasi di lapangan dapat dilihat bahwa pelaksanaan program pengembang pasar tanjung berupa revitalisasi, promosi pasar, pendirian Koperasi dapat dikatakan berjalan lancar ini juga terlihat dari kondisi pasar Tanjung yang semakin bersih dan petugas pasar baik dari petugas kebersihan, perawatan, keamanan saling berkesinambungan di dalam memajukan dan memberikan pelayanan untuk pedagang dan konsumen.

Dari hasil wawancara dengan bapak Sunarso mengatakan bahwa:

“pelaksanaan pengembangan pasar tanjung yang ada di pasar semua harus sesuai dengan aturan yang berlaku dari pemerintah, agar dapat berjalan lancar suatu dana tugas pembantuan APBN yang juga disesuaikan dengan peraturan”⁸⁰.

Pelaksanaan program pengembangan yang ada di pasar Tanjung juga disesuaikan dengan peraturan yang berlaku atau ditetapkan oleh pemerintah.

Bahwa untuk pemenuhan pelaksanaan revitalisasi pasar Tanjung atau pasar rakyat di perlukan dukungan dana tugas pembantuan. Dana tugas pembantuan adalah dana yang berasal dari APBN yang dilaksanakan oleh daerah dan desa yang mencakup semua penerimaan dan pengeluaran dalam rangka pelaksanaan tugas pembantuan.

Tugas pembantuan adalah penugasan dari pemerintah kepada daerah atau desa dari pemerintah daerah provinsi kepada daerah kabupaten, serta dari pemerintah daerah kabupaten kepada desa untuk

⁸⁰Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017)..

melaksanakan tugas tertentu dengan kewajiban dengan melaporkan dan mempertanggung jawabkan pelaksanaannya kepada yang menugaskan. Sesuai dengan pasal 3 bahwa menteri melimpahkan kewenangan pelaksanaan program revitalisasi pasar rakyat kepada Gubernur atau Bupati dalam bentuk program kegiatan dan anggaran tugas pembantuan di daerah provinsi/ kota. Dimana pelaksanaan revitalisasi menteri mendelegasikan penunjuk Koperasi dan usaha kecil dan menengah atas pelaksanaan program revitalisasi pasar rakyat kepada gubernur atau bupati/wali kota, dan KPA menetapkan pejabat pengelola keuangan yang terdiri dari PPK, PP-SPM, Bendahara pengeluaran dan staff pelaksanaan dan dilaksanakannya dengan di danai dari dana tugas pembantuan dan digunakan sesuai peraturan perundang-undangan.

Jadi pelaksanaan program-program yang ada di pasar Tanjung semuanya disesuaikan dengan aturan pemerintah. Agar tujuannya dapat berjalan lancar dan sesuai dengan yang direncanakan yaitu peningkatan pendapatan pedagang pasar Tanjung.

C. Pembahasan Temuan

Pada waktu pengamatan yang saya lakukan pada bulan april sampai juli 2017 bahwa dari tiga fokus penelitian penentuan strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang ditentukan dari tingkat kemaksimalan strategi pengembangan pasar tanjung dimana di dalam ragam strategi pengembangan ini terdapat program-program pengembangan pasar tanjung seperti revitalisasi, pendirian koperasi, dan promo pasar.

Dan para pedagang baik pengelola pasar saling berkesinambungan atau membantu dalam mengsucceskan program-program yang dicanangkan oleh pemerintah atau pihak pasar tanjung, sehingga memberikan dampak yang positif bagi para pedagang tentunya di dalam peningkatan pendapatan dan pedagang di pasar tanjung ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh pemerintah dan petugas pasar tanjung.

Maka dari temuan diatas saya ingin mengetahui apa saja yang dilakukan di dalam mensukseskan program-program pasar Tanjung dari ragam strategi pengembangan pasar tanjung dan pelaksanaanya di dalam meningkatkan pendapatan para pedagang dan apakah mengalami peningkatan pendapatan khususnya bagi para pedagang di pasar Tanjung.

1. Ragam Strategi Pengembangan pasar Tanjung Kab. Jember

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan bahwa didalam strategi pengembangan pasar tanjung ada program-program yang dilakukan didalam strategi pengembangan atau yang memberikan kemajuan pada pasar Tanjung yaitu ada penambahan jumlah yang memberikan suatu program yaitu revitalisasi dan di penambahan fungsi ada program pendirian koperasi pasar dan lain-lain dan di perluasan pasar ada promo pasar, dan masing-masing program ini memberikan dampak positif kepada para pedagang yang di pasar tanjung terutama di dalam peningkatan pendapatan para pedagang.

a. Strategi Pengembangan (Penambahan Jumlah)

Di dalam penambahan jumlah ini terdapat sebuah kebijakan pemberdayaan pasar Tanjung, dimana pemberdayaan pasar Tanjung itu sendiri untuk mewujudkan misi dengan membuat suatu program revitalisasi pasar Tanjung, program revitalisasi pasar Tanjung ini ditemukan berbagai cara didalam merevitalisasi sarana dan prasarana fisik sebagai berikut:

Pertama, perbaikan infrastruktur pasar yaitu dengan memperbaiki atap yang ada di pasar tanjung dengan alasan dilakukan perbaikan ini dapat menghindari resiko keruntuhan (kecelakaan) dan memberikan kelayakan fungsi penempatan agar lebih baik. Pembuatan drainase ini dilakukan untuk menghindari resiko adanya kecelakaan juga dan lain-lain, pemeliharaan bangunan dengan tujuan dapat digunakan dalam jangka panjang dan mengurangi resiko pelapukan dan tingkat kenyamanan terjaga.

Kedua, peningkatan kebersihan lingkungan pasar tanjung dilakukan agar dapat memberikan fungsi kenyamanan bagi para pembeli dan pedagang dengan memberikan tugas kepada petugas kebersihan dan bekerja sama dengan para pedagang diharapkan dapat memberikan citra yang baik dan meningkat omset penjualan dan pendapatan meningkat.

Ketiga, peningkatan keamanan dan penertiban yang ada dipasar tanjung dengan menambah frekuensi patrol pasar oleh petugas

keamanan dan ketertiban yang bekerjasama dengan pihak kepolisian dapat memberikan kenyamanan atau ketidak khawatiran bagi para pembeli di pasar tanjung karena dari tingkat keamanan sangat terjamin dan banyak pengunjung/pembeli yang berbelanja di pasar tanjung sehingga pendapatan para pedagang bertambah.

Dengan adanya paguyuban di pasar Tanjung yaitu Ikatan Pedagang Arloji dan Radio (IKPAR) sangat membantu para pedagang di pasar Tanjung sebagai penyambung antara pedagang dengan pengelola (dinas pasar) dan mempermudah distribusi informasi.

Juga dapat dilihat pada “tabel faktor konsumen belanja di pasar Tanjung” melalui program revitalisasi di analisis data bahwa konsumen sangat meminati pasar Tanjung setelah adanya pengembangan melalui program-programnya, sehingga secara otomatis omset penjualan para pedagang semakin tinggi dan pendapatannya ikut meningkat.

Dari hasil pengamatan dan interview di lapangan bahwa faktor-faktor konsumen berbelanja di Pasar Tanjung dengan adanya program revitalisasi. terkait pengembangan yang ada di pasar tanjung mengalami peningkatan ini terbukti dari hasil interview dengan ibu Siti, bahwa suka dan sering berbelanja di pasar tanjung disebabkan produk yang dijual lebih murah dan terjamin mutunya bisa dijual lagi (kulaan), bisa ditawar berbeda kalau berbelanja di pasar modern, dan lebih suka berbelanja pasar tradisional, banyak yang kenal sama penjualnya,

sudah menjadi langganan walaupun bawa uang sedikit dapat berbelanja lebih dari satu, Bisa pindah ke pedagang lain, dan selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap, penjual teratur (tertib). dan rata-rata uang yang dibelanjakan sekitar 100.000-2.000.000 bahkan lebih ini disebabkan setiap tahun ke tahun pasar Tanjung selalu mengalami peningkatan dari faktor pengembangan dengan program revitalasi dan lain-lain. dan tingkat keamanan yang ada di Pasar Tanjung mengalami peningkatan dibuktikan dengan jumlah petugas keamanan yang jumlahnya cukup memadai.

b. Strategi Pengembangan (Penambahan Fungsi)

Di dalam penambahan fungsi ini terdapat program yang dilakukan oleh pasar tanjung yaitu program pendirian koperasi, rogram pendirian koperasi di dalam penambahan fungsi.

Mendirikan koperasi pasar tanjung dengan tujuan dapat memberikan peningkatan taraf hidup bagi para pedagang di pasar tanjung dan memberikan satu persatuan yaitu dengan memenuhi seluruh aspirasi anggota, menggalang kerjasama antara pengurus dan anggota serta lembaga/instansi terkait demi kemaslahatan, membangun dan menumbuh kembangkan aspresiasi serta kredibilitas organisasi dari dan untuk anggota, dan lain-lain. dimana rata-rata anggota koperasi pasar Tanjung adalah para pedagang yang berjualan di pasar Tanjung.

c. Strategi Pengembangan (Perluasan Pasar)

Melakukan perluasan pada pasar Tanjung salah satunya dengan program promo pasar yaitu dengan melakukan pengenalan keseluruhan masyarakat luas dengan cara mengenalkan pasar Tanjung melalui media masa maka akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui karena semakin banyaknya pengguna teknologi seperti *handphone* dan teknologi semakin canggih. Dari segi sarana dan prasanana serta keunggulan yang dipasar Tanjung yang akan mampu memberikan tingkat omset penjualan dan mampu menjadi Icon Kabupaten Jember yang dapat di banggakan, sehingga banyak pengunjung baik dari Jember maupun luar jember yang datang ke pasar Tanjung. Berikut hal-hal yang dipromosikan pada pasar Tanjung:

- a. Pembangunan atau revitalisasi pasar rakyat ini terbukti dari kita mengakses pasar Tanjung di internet baik tentang revitalisasi dan lain-lain, berbagai berita sudah ada tentang pasar Tanjung di internet kita tinggal mengaksesnya salah satunya oleh “Berita Satu” mengenai revitalisasi.
- b. Fasilitas akses penyediaan dan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing ini terbukti dari hasil berita di internet bahwa produk yang di perjual belikan sangat terjamin kemutuannya.
- c. Serta kenyamanan tempat, dan harga yang terjangkau

Semua ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar Tanjung diatur dengan berdasarkan peraturan presiden

2. Analisis strategi pengembangan pasar Tanjung

Telah disinggung sebelumnya bahwa mengenai strategi pengembangan pasar tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang setiap orang atau kelompok melakukan berbagai cara dalam meningkatkan pendapatannya salah satunya dengan strategi pengembangan melalui berbagai program untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Strategi pengembangan ini dikeluarkan oleh pihak pemerintah agar pasar tradisional dapat memberikan peningkatan perekonomian kerakyatan bagi masyarakat Jember dan juga agar dapat memberikan program-program yang dapat memberikan dampak positif salah satunya didalam meningkatkan omset penjualan dan juga bisa mendapatkan barang dengan harga yang minimal (terjangkau).

Ini juga terbukti dari hasil analisis lingkungan melalui interview bahwa berbagai kekuatan yang ada di pasar Tanjung menjadi suatu acuan di dalam peningkatan pendapatan pendapatan pedagang yang dapat dilihat pada penyajian analisis data melalui program revitalisasi, pendirian koperasi, promo pasar.

Dari hasil data dilapangan atau temuan yang di dapat berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa proses program-pogram pasar tanjung sangat membantu dalam meningkatkan pendapatan para pedagang

dan sesuai dengan harapan para pedagang secara keseluruhan memberikan dampak yang positif.

Bahwa berbagai perbaikan telah dilakukan di pasar Tanjung yaitu pada program revitalisasi yaitu dengan membangun pasar Tanjung melalui perbaikan baik fasilitas tempat seperti atap, kamar mandi, tempat, tempat sampah. Dan dengan adanya paguyuban yakni Ikatan Pedagang Arloji ini sangat membantu adanya aspirasi para pedagang sehingga keluhan pedagang cepat tertampung dan terlaksanakan, adanya perda Kabupaten Jember Nomor 13 tahun 2006 tentang pengelolaan pasar yang dikuasai oleh pemerintah daerah

Dari ulasan diatas bahwa kondisi pendapatan pedagang mengalami peningkatan disebabkan strategi pengembangan yang memberikan program-program yang baik sehingga menghasilkan yang baik pula atau memberikan dampak yang positif, para pedagang tidak kecewa dengan adanya program-program pengembangan karena dapat memberikan dampak yang positif dan menghilangkan persepsi masyarakat terhadap pasar tradisional, meningkatkan omset penjualan, harga terjangkau dan khususnya dapat meningkatkan pendapatan para pedagang Jember.

3. Pelaksanaan program-program pasar Tanjung Kabupaten Jember

Telah disinggung sebelumnya bahwa pelaksanaan program-program pasar Tanjung secara keseluruhan semua disesuaikan dengan peraturan pemerintah disebabkan pasar Tanjung adalah milik daerah atau kabupaten sehingga semua bentuk program dan aturan yang ada di pasar

Tanjung semua disesuaikan dengan peraturan pemerintah dan untuk pemenuhan pelaksanaan program-program di pasar Tanjung diperlukan dana tugas pembantuan dimana dana tugas pembantuan ini didapat dari APBN yang dilakukan oleh daerah mencakup semua penerimaan dan pengeluaran dalam rangka pelaksanaan tugas pembantuan. Ini sesuai dengan perda Jember Nomor 13 Tahun 2006 tentang pengelolaan pasar oleh pemerintah daerah.

Data Pendapatan Pedagang Pasar Tanjung Sebelum dan Sesudah Program Pengembangan Pasar Tanjung (REVITALISASI) Kab. Jember sebagai berikut :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai bagaimana peran Pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan pedagang, pencarian informasi dilakukan dengan cara mendatangi para pedagang yang berada di Pasar Tanjung dengan melakukan wawancara pada jam istirahat yang biasa dilakukan pada saat pagi, siang dan sore hari, dengan harapan penyusun dapat mendapatkan informasi yang berhubungan dengan penelitian penyusun. Dalam penelitian ini menggunakan 30 informan yaitu para pedagang pasar Tanjung. Informan pada penelitian ini mempunyai berbagai karakteristik pada tabel ini, akan ditampilkan nama, umur, pendidikan, produk yang di jual, lama bekerja dipasar Tanjung, dan pendapatan sebelum dan sesudah adanya program pengembangan.

DAFTAR PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TANJUNG SEBELUM DAN SETELAH PROGRAM PEGEMBANGAN PASAR TANJUNG (REVITALISASI) KAB. JEMBER

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
1.	Bpk. Imam ⁸¹	SLTP	51	Arloji	30 Thn	< 300.000	>500.000	1.produk bervariasi awalnya hanya menjual satu 5 merk sekarang bisa lebih 2.jumlah produk semakin banyak awalnya menjula 5-10 produk dalam satu merk sekarang bisa 20-50 dalam atu merk.

⁸¹Interview. Iman,Ridwan, Ibu Maryam Selaku Pedagang di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Selasa s/d Sabtu, 03-06 Mei 2017).

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
2.	Ibu Maryam	SD	65	Ayam Potong	20 Thn	< 500.000	>1000000	1. jumlah dagangan bertambah awalnya menjual 8-15 ekor ayam bertambah 30 ekor
3.	Bpk Muhammad	SD	40	Sayur Mayur	22 Thn	< 400.000	>800000	1. jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
4.	Bpk Ridwan	SD	44	Sayur Mayur	25 Thn	<400.000	>800000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
5.	Ibu Siti ⁸²	SD	55	Ayam potong	28 Thn	<500.000	>1000000	1.jumlah dagangan bertambah awalnya menjual 8-15 ekor ayam bertambah 30 ekor
6.	Bpk Nurul	SLTP	45	Arloji	30 Thn	<300.000	>500000	1.produk bervariasi awalnya hanya menjual satu 5 merk sekarang

⁸²Interview.Siti. Khatijah, Sri, Yuliana, muntingah, sakirin, imroatun, lasminah, rohanah,bpk nurul,Sulaiman, latif, abdul, Suki. Selaku Pedagang di Pasar Tanjung.(Minggu s/d Selasa, 07-23 Mei 2017).

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								bisa lebih 2.jumlah produk semakin banyak awalnya menjula 5-10 produk dalam satu merk sekarang bisa 20-50 dalam atu merk.
7.	Bpk Sulaiman	SLTP	50	Arloji	29 Thn	<300.000	>500000	1.produk bervariasi awalnya hanya menjual satu 5 merk sekarang bisa lebih 2.jumlah produk semakin banyak

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								awalnya menjula 5-10 produk dalam satu merk sekarang bisa 20-50 dalam atu merk.
8.	Bpk Latif	SLTP	40	Peralatan rumah tangga	25 Thn	<200.000	>400.000	1. awalnya hanya penjual 10-15 produk peralatan rumah tangga etelah adanya peningkatan pendaptan dapat 20 -50 macam dan itupun jumlahnya juga bertambah.
9.	Bpk Abdul	SLTP	45	Aksesori	28 Thn	< 400.000	>800.000	1. awalnya

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
				s				menjual 30-40 macam aksesoris sekarang dengan adanya peningkatan pendapatan mencapai 50- 60 macam.
10.	Bpk Suki	SLTP	45	Sembako	35 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
11.	Ibu Khatijah	SLTP	40	Sembako	32 Thn	<1000000	>2000000	menjual sayur mayur juga. 1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
12.	Ibu Sri	SLTP	37	Buah	20 Thn	<300000	>600000	1.awalnya hanya menjual 4-5 macam buah dengan adanya

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								peningkatan pendapatan dapat menjual 5-10 macam buah dengan peningkatan jumlah buah.
13.	Ibu Yuliana	SLTP	35	Buah	20 Thn	<300000	>600000	1.awalnya hanya menjual 4-5 macam buah dengan adanya peningkatan pendapatan dapat menjual 5-10 macam buah dengan peningkatan jumlah buah.
14.	Ibu mutingah	SD	51	Sayur Mayur	20 Thn	<400.000	>800000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
15.	Ibu Sakirin	SD	64	Sembako	30 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
16.	Ibu Imroatun	SD	50	Sembako	30 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
17.	Ibu lasminah	SD	48	Kue	20 Thn	<400.000	>500.000	1. awalnya menjual 10-17 macam kue sekarang dengan adanya peningkatan pendapatan

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
18.	Ibu Rohanah	SLTP	38	Sembako	25 Thn	<1000000	>2000000	mencap 30 maca kue. 1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
19.	Bpk Fiqih ⁸³	SLTP	32	Sembako	20 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual

⁸³Interview.fiqih, Zanuvar Rifa'I, Ibu Suryati, Johariyah, Rosinah, Sumarni, Widari, Bapak Soderin, Rohmad, Birin, Mahfud Sono. Selaku Pedagang di Pasar Tanjung.(Rabu s/d Kamis, 24 Mei-08 Juni 2017)

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
20.	Bpk Zanuar Rifa,i	SMA	29	Sembako	25 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
21.	Bpk Suryati	SD	52	Sayur Mayur	15 Thn	<400.000	>800.000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
22.	Ibu Siti Johariyah	SLTP	47	Perabota n	15 Thn	<300.000	>500.000	1. awalnya hanya penjual 10-15 produk peralatan rumah tangga

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								etelah adanya peningkatan pendapatan dapat 20 -50 macam dan itupun jumlahnya juga bertambah.
23.	Ibu Rosinah	SLTP	43	Pakaian	15 Thn	<600.000	>1000000	1.awalnya hanya menjual 15 macam pakain baik terdiri dari baju, celana, baju busana muslim baju anak-anak, tas, sandal sekarang dengan peningkatan pendapatan

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak perubahan pe
								bisa lebih banyak dan produk yang dijual semakin bervariasi dari 20- 30 macam.
24.	Ibu sumarni	SD	51	Sayur Mayur	15 Thn	<400.000	>800.000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
25.	Bpk Soderin	SLTP	49	Pakaian	20 Thn	<600.000	>1000000	1.awalnya hanya menjual 15 macam pakain baik terdiri dari baju, celana,

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								baju busana muslim baju anak-anak, tas, sandal sekarang dengan peningkatan pendapatan bisa lebih banyak dan produk yang dijual semakin bervariasi dari 20- 30 macam.
26.	Ibu Sri Widari	SD	39	Sayur Mayur	15 Thn	<400.000	>800000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								4-5 macam sayur.
27.	Bpk Rohmat	SLTP	51	Sembako	15 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
28.	Bpk Birin	SLTP	44	Pakaian	20 Thn	<600.000	>1000000	1.awalnya hanya menjual 15 macam pakain baik terdiri dari

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								baju, celana, baju busana muslim baju anak-anak, tas, sandal sekarang dengan peningkatan pendapatan bisa lebih banyak dan produk yang dijual semakin bervariasi dari 20- 30 macam.
29.	Bpk Mahfud	SLTP	52	Sembako	20 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll.

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
30.	Bpk Sono ⁸⁴	SLTP	46	Sembako	15 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat

⁸⁴Interview. Fiqih, Zanuar Rifa'I, Suryati, Johariyah, Rosinah, Sumarni, Widari, Sodirin, Rohmad, Birin, Mahfud Sono. Pengembangan Pasar Tanjung.(Rabu s/d Kamis, 24 Mei -08 Juni 2017)

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								bertambah dan menjual sayur mayur juga.

IAIN JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa hasil interview dan temuan selama melakukan penelitian sebagaimana yang dikemukakan dalam bab terdahulu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam ragam strategi pengembangan di pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan pedagang dapat diketahui ada penambahan jumlah dengan program revitalisasi , penambahan fungsi dengan program pembangunan koperasi, perluasan pasar dengan promo pasar dimana masing strategi ini terdapat program-program yang memberikan peningkatan pendapatan bagi para pedagang.
2. Analisis strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan pedagang para pedagang bahwa pasar Tanjung memiliki beberapa kekuatan yaitu dengan program-programnya sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang di pasar Tanjung.
3. Pelaksanaan program-program yang di pasar Tanjung tidak lepas dari pemerintah daerah sebagai pengelola ini didasarkan bahwa pasar Tanjung adalah milik daerah dan pelaksanaannya juga sudah diatur oleh pemerintah.

B. Saran-saran

Sesuai dengan temuan serta tujuan dan manfaat penelitian ini maka dikemukakan saran-saran sebagai acuan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Pemerintah mampu mengambil keputusan yang tepat ketika pasar tradisional mengalami penurunan peningkatan pendapatan bagi para pedagang
2. Pemerintah mampu memberikan program-program yang tepat sasaran agar di dalam peningkatan pendapat pedagang dapat mengalami peningkatan.
3. Penelitian selanjutnya mampu mengembangkan penelitian ini lebih spesifik dalam strategi pengembangan Pasar Tanjung dalam meningkatkan peningkatan pendapatan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Lia, 2007. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Aminudin Aziz, Fathul. 2012. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Ariyanti, Fiki. "pasar tanjung", <http://m.liputan6.com/bisnis/kondisi-memprihatinkan-pasar-tanjung-jember-siap-berganti-wajah.html>. (16 Maret 2017).
- Asa Nugroho, Bani Astiti, Nurcahyanto, Herbasuki. "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang". Jurnal. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Assauri, M.B.A, DR. Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Djamal, M. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hubeis, Musa. Najib, Mukhamad. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Komaruddin. 1990. *Menejemen Berdasarkan Sasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. W. Bakowatun, Terj. Wilhelmus. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Lestari, Cinta, "Pengertian Analisis", <http://pengertianbahasa.blogspot.com./pengertian-analisis.html>. (02 Februari 2013).
- Mardalis. 2009. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhardi, 2007. *Strategi Operasi*. Yogyakarta: Garha Ilmu
- Muljono, Djoko. 2012. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi
- Mutakin, Firman, 2005. *Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*. Jakarta: Puska Dagri
- Nikmah, Rohmatun, Qosjim, Ach. Adenan, M. 2015. *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asebagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asebagus Kabupaten Situbondo*. Jember: Jurnal. Universitas Jember.
- Nordhaus, Samuelson. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi Terj. Nur Rosyidah*. Jakarta: Media Global Edukasi.

- Perdagangan, Kementrian .2015. "*Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*". Jurnal. Jakarta: Kebijakan Perdagangan dalam Negeri
- RI, PERPRES.No. 112 Tahun2007.tentang *Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan PasarTradisional*.Jakarta: Perpes.
- Sabariah, Etika. 2016. *Manajemen Strategis*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*.Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, 2013.*Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*
Bandung: Alfabeta
- Sjafrizal. 2008.*Ekonomi Regional*. Jakarta: Niaga Swadaya.
- Sule Ernie, Tisnawati.Saefullah, 2005.*Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media
- Sumodiningrat, Gunawan, 1998. *Membangun Perekonomian Rakyat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Susanti, Dwi.Putra Dermawan, Dwi, NW. Astiti, Sri.2013.*Strategi pengembangn pasar tradisional di Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur*".Jurnal. Bali: Univeritas Udayana.
- Tim Penyusun IAIN. 2013.*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember:IAINJember Press.
- Tjiptoerijanto,Prijino, 1997.*Prospek Perekonomian Indonesia dalam Rangka Globalisasi*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Tregoe, Benjamin, 1980.*Strategi Manajemen*. Jakarta:Erlangga
- Usman, Husaini.2004. *Manajemen Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Tim Penyusun UPT. 2012. *Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. Jember:Unit Pasar Tanjung
- Winardi, J.2015. *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change) Edisi Pertama* .Jakarta:Kencana Prenada Media Grup.
- .Dindra, Ahmad"Pedagang".[https://id.wikipedia.org/wiki/27 April 2017](https://id.wikipedia.org/wiki/27_April_2017))
- "Pasar Tanjung".<http://Desperindag.sumutprov.go.id>.(07 Maret 2014).

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan dengan melakukan langkah ini maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan¹⁷

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
1.	Muhammad Fauzi. Fakultas Syari'ah. Prodi Hukum Ekonomi Islam. Institut Agama Islam Negeri Jember ¹⁸	Kontribusi Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) di Kabupaten Bondowoso	Mengetahui deskripsi kontribusi pasar di dalam peningkatan pendapatan daerah dan mekanismenya
2.	Muthi'atur Rofi'ah Jurusan Ekonomi Islam, Prodi Ekonomi syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Islam, Isntitut Agama Islam Negeri	Strategi Pemasaran Pedagang Muslim Tanjung di tengah Maraknya Indomaret dan Alfamart	Mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan pedagang muslim di pasar Tanjung di tengah maraknya indomaret dan alfamart

¹⁷Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*.(Jember:IAIN Jember Press, 2013),73,.

¹⁸Muhammad Fauzi, Kontribusi Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Asli daerah (PAD) di Kabupaten Bondowoso,(Skripsi,Prodi Hukum Islam. Institut Agama Islam Negeri Jember).

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
	Jember. Juli 2017 ¹⁹		
3.	Ummu SholihahJurus an Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomidan Bisnis Islam Intitut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto 2016 ²⁰	Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang (Studi kasus di Pasar Kliwon, Karang Lewas Banyumas, Jawa Tengah) Tahun 2016	aspek sosial dapat diterima adanya pasar pagi dari program revitalisasi, aspek ekonomi kurang diterima adanyarevitalisasi cenderung tetap bahkan menurun tidak sesuai dengan tujuan (kesejahteraan), aspek fisik dapat diterima tapi belum maksimal fasilitas kurang terpenuhi, aspek non fisik kurang diterima monitoring petugas pasar pasca revitalisasi jarang dilakukan.
4.	Dyah Arum Istiningtyasse orang mahasiswa Program Studi Ekonomi Pertanian Dan Sumberdaya, Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor 2008 ²¹	Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di kota Bogor. Tahun 2008	Kebijakan yang dilakukan untuk meningkatkan kontribusi sektor perdagangan adalah meningkatkan aktivitas pasar-pasar tradisional
5.	Utami Dewi dan F. WinarniMaha siswa Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas	Pengembangan pasar tradisional menghadapi gempuran pasar modern di kota Yogyakarta	Dinas pengelolaan pasar telah melakukan beberapa program untuk mengembangkan pasar tradisional meliputi Program PeloyananAdministrasi Perkantoran; Pemeliharaan Sarana Prasarana Kebersihan,Ketertiban dan Keamanan Pasar; Opmalisasi

¹⁹Muthi'atur Rofi'ah. Strategi Pemasaran Pedagang Muslim Tanjung di tengah Marakya Indomaret dan Alfamart. (Prodi Ekonomi Syari'ah. Institut Agama Islam Negeri Jember).

²⁰Ummu Sholiha, Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang, (Skripsi, Jawa Tengah:IAIN Purwokerto,2016)

²¹Dyah Arum Istiningtyas, Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Bogor , (Skripsi, Bogor: Institut Pertanian Bogor IPB,2008)

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
	Negeri Yogyakarta 2013 ²²		Pemanfaatan Lahan dan Pengelolaan Retribusi; dan Pengembangan Pasar (pemberdayaan pasar dan komunitas, pengembangan dan pembuatan media promosi pasar).
6.	Dwi Susanti, Dwi Putra Dermawan, NW. Sri Astitimahasiswa Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, 2014 ²³	Strategi pengembangn pasar tradisional di Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur. Tahun 2014	strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu “memperbarui manajemen Pasar Tardisional Kertha”.
7.	Rohmatun Nikmah, Ach. Qosjim, M. Adenan. Mahasiswi Program Studi Ekonomi Pembangunan, jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember	Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asembagus Kabupaten Situbondo	Modal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Asembagus Situbondo dengan arah positif. Semakin besar jumlah modal yang ada maka akan memberikan pengaruh terhadap peningkatan pendapatan pedagang pasar Asembagus. Dan Jam kerja berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Asembagus Situbondo dengan arah positif.

²²Utami Dewi dan F. Winarni, Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern di Kota Yogyakarta, (Jurnal: Ilmu Administrasi Negara. (Yogyakarta: Universitas Yogyakarta, 2010).

²³Dwi Susanti, Dwi Putra Dermawan, NW. Sri Astiti, Strategi pengembangn pasar tradisional di Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur, (Jurnal: Univeritas Udayana, 2014).

NO	PENULIS	JUDUL	HASIL PENELITIAN
	(UNEJ) 2015 ²⁴		Semakin besar curahan jam kerja maka akan memberikan pengaruh peningkatan pendapatan pedagang pasar Asembagus. Jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang pasar Asembagus Situbondo dengan arah positif. Semakin besar jumlah tanggungan anak maka akan memberikan pengaruh peningkatan pendapatan pedagang pasar Asembagus..
8.	Dwi Susanti, Dwi Putra Darmawan, dan NW. Sri Astiti. mahasiswa Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, 2014 ²⁵	Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur,	Sarana dan prasarana kurang memadai, belum adanya upaya untuk mempermudah peminjaman modal, pemanfaatan teknologi kurang maksimal, belum optimalnya pembinaan pedagang.

Sumber Data : diolah.

Dari ke enam (8) peneliti terdahulu terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan diantaranya:

²⁴ Rohmatun Nikmah, Ach. Qosjim, M. Adenan. Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asembagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asembagus Kabupaten Situbondo, (Jurnal, Jember:Universitas Jember, (Jember:2015)

²⁵ Dwi Susanti, Dwi Putra Darmawan, dan NW. Sri Astiti. Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu. (DenpasarTimur, Universitas Udayana, 2014)

(1) persamaanya sama-sama meneliti tentang pasar. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian yaitu kontribusi retribusi pasar dalam peningkatan pendapatan daerah (PAD) dan dalam cara melakukan program-program pengembangan pasar.

(2) persamaanya sama-sama menggunakan Metode penelitian Kualitatif dan tempat penelitiannya sama di Pasar Tanjung. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus yang diteliti lebih ke strategipemasarannya

(3) Persamaannya sama-sama menggunakan jenis penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakalukan dilokasi penelitian dengan melakukan pengamatan tentang keadaan alamiah dan dengan pendekatan kualitatif, dengan pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan perbedaannya pada penelitian yang sekarang pada fokus kajiannya pada manajemen pengembangan pasarnya dalam menghasilkan peningkatan pendapatan pedagang.

(4) Persamaannya sama-sama didasarkan pada pembangunan pasar yang berupa peningkatan dalam taraf hidup serta perbaikan terhadap perkembangan pasar dan perbedaanyadalam penelitian yang sekarang pada fokus kajiannya pada manajemen pengembangan pasarnya dalam menghasilkan peningkatan pendapatan pedagang

(5) Persamaanya sama-sama dalam hal manajemen pengembangan pasar dan perbedaannya pada penelitiannya ini lebih mengkhususkan pada strategi pengembangan pasar dalam meningkatkan pendapatan para pedagang.

(6) Persamaanya sama-sama pada strategi pengembangan pasar dan perbedaannya pada variabel pengukuran peningkatan pendapat pedagang.

(7) Persamaanya sama-sama melakukan penelitian di objek pasar tradisional, dan program revitalisasi baik dampaknya di dalam pendapatan pedagang dan kepuasan konsumen sedangkan perbedaannya terletak pada pendekatan penelitian kuantitatif.

(8) Persamaanya sama-sama melakukan penelitian di dalam strategi pengembangan dan objek sama yaitu pasar tradisional tetapi ada beberapa perbedaan yang dapat dibedakan beda kota dan tidak lebih rinci dampak dari strategi pengembangan baik positif maupun negatifnya yang dijelaskan hanya program dari strategi pengembangan.

B. Kajian Teori

1. Analisis

Analisis merupakan penguraian suatu pokok atau berbagai bagiannya itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan²⁶

2. Strategi Pengembangan

Strategi adalah cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal, strategi berkaitan dengan tujuan akhir sedangkan taktik berkaitan dengan tujuan menengah pada organisasi bisnis atau perusahaan, strategi merupakan cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar, sebaliknya dalam

²⁶ Cinta Lestari, "Pengertian Analisis", <http://pengertianbahasa.blogspot.com/pengertian-analisis.html>, (02 Februari 2013).

organisasi non bisnis atau organisasi non komersil strategi adalah cara untuk memuaskan anggotanya dalam organisasi di pemerintahan strategi merupakan cara untuk bisa memberi pelayanan yang maksimal kepada masyarakat sebagai pembayar pajak.²⁷

Sedangkan merumuskan strategi adalah mengenai penetapan tujuan (tujuan strategi) dan mengalokasikan/menyesuaikan sumber daya dengan peluang (strategi berbasis sumber daya) sehingga dapat mencapai kesesuaian yang efektif dan penerapan strategi tergantung pada kapabilitas strategi organisasi yang akan memasukkan kemampuan, tidak hanya untuk memformulasikan tujuan strategi tapi juga untuk mengembangkan dan menerapkan rencana strategi melalui proses manajemen strategi.²⁸

Strategi pengembangan (*Expansion Strategi*) adalah, dilakukan oleh unit usaha yang baru atau sedang merintis serta perusahaan yang sedang banyak mendapat peluang dalam memajukan bisnisnya, perusahaan yang punya ide cemerlang atas produk yang sudah lama atau terbaru. variasi atau ragam strategi pengembangan terdiri dari penambahan jumlah, penambahan fungsi, dan perluasan pasar.

a. Penambahan Jumlah

Penambahan jumlah produk dengan inovatif berbeda atau menambahkan jumlah produk untuk memenuhi permintaan, meningkatkan kerja sama (mitra bisnis), menambah jumlah perusahaan (membangun

²⁷Sjafrizal, *Ekonomi Regional*, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2008) hlm, 209.

²⁸Philip Kotler dan Gary Armstrong, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, *Dasar-DasarPemasaran* (Jakarta: Intermedia, 1996), hlm. 42.

atau membeli perusahaan yang telah bangkrut, menambah SDM dan SDA atau menambah usaha bisnis (multi bisnis).

b. Penambahan Fungsi

Penambahan fungsi adalah perusahaan dengan menambah fasilitas (gedung, cabang, outlet, alat-alat usaha, alat-alat produksi, SDM dan sumber daya lainnya).

c. Perluasan Pasar

Dalam meningkatkan perluasan pasar salah satu peran perluasan distribusi pemasaran yaitu perluasan tempat, dengan segmen pasar dapat dilakukan dengan *door to door*, atau dengan pemasaran online, pemasaran di lokasi terisolir, pemasaran pada saat tertentu seperti pameran, hari ulang tahun. Pemasaran dengan skala kecil atau besar, pemasaran secara regional, nasional dan internasional.

3. Pengembangan Pasar Tradisional

Pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan hingga pada akhirnya dicapai

kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.²⁹

Pengembangan pasar dapat pula dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi organisasi dengan cara itu orang mengharapkan pertumbuhan dan pendapatan yang berkesinambungan dan kemampuan organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan dan pendapatan yang bersinambung itu perlu berada di dalam pengawasannya sendiri. Upaya ini berhubungan dengan upaya untuk membebaskan diri dari ketergantungan meningkatkan kemampuan otonomi dalam pembuatan keputusan-keputusan.³⁰

Pasar dapat didefinisikan sebagai tempat di mana pembeli bertemu dengan penjual dengan menjual barang-barang atau jasa-jasa ditawarkan untuk dijual dan kemudian terjadi pemindahan hak milik. Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, *mall*, *plaza*, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah,

²⁹J. Winardi, *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change) Edisi Pertama* (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup, 2015), hlm. 140.

³⁰Ibid.,hlm 227.

swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.³¹

Dalam rangka penataan pasar tradisional secara umum, pemerintah sebenarnya sudah memiliki payung hukum yang tertuang dalam peraturan presiden No. 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Didalam peraturan ini disebutkan bahwa pemerintah dan pemerintah daerah baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama sesuai dengan bidang tugas masing-masing melakukan penataan, pembinaan dan pengawasan pasar tradisional. Secara mendasar, peraturan ini menjadi pedoman awal bagi beragam program penataan dan revitalisasi pasar tradisional di sejumlah kementerian dan lembaga non kementerian.

Paska di undangkannya Undang-undang nomor 07 tahun 2014 tentang perdagangan, penggunaan istilah pasar tradisional berubah menjadi Pasar Rakyat. dalam pasal ayat 12 ayat (1) disebutkan bahwa : pemerintah, pemerintah daerah dan pelaku usaha secara sendiri-sendiri atau bersama-sama mengembangkan sarana perdagangan berupa pasar rakyat, pusat perbelanjaan, toko swalayan, gudang perkulakan, pasar lelang komoditas, pasar berjangka komoditi, dan sarana perdagang lainnya.

Pasar rakyat juga menjadi salah satu target kabinet kerja pemerintahan Presiden Joko Widodo dan Jusuf Kalla selama periode 2014-2019. dalam visi, misi dan program Presiden Joko Widodo dan Wakil

³¹Perpres RI No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.

Presiden Jusuf Kalla, terkait dengan upaya pencapaian prinsip berdikari dalam bidang ekonomi di dalam target nomor 15 disebutkan bahwa akan dijalankan kebijakan renovasi dan revitalisasi terhadap 5000 pasar rakyat yang berumur lebih dari 25 tahun.³²

Dan ini juga diperjelas dengan hadirnya Menteri Perdagangan (MENDAG) pada hari Kamis 16 Maret 2017 ke pasar Tanjung bapak Enggartiasto Lukita yang di dampingi oleh Bupati Jember Ibu Faida serta beberapa pejabat dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dimana rombongan ini berkeliling memutari bangunan pasar tiga lantai. yang menjadi sasaran program revitalisasi pasar dari Kementerian Perdagangan (Kemendag) yang bekerja sama dengan pemerintah daerah pada tahun 2017, perombakan tersebut bertujuan untuk mengembalikan kebanggaan masyarakat Jember dengan menelusuri sudut demi sudut pasar Tanjung, dimana kondisinya bisa dibilang kurang baik. hal ini dapat dilihat dari depan pasar dimana keadaan pasar sangat becek karena lantai belum dikeramik, dipenuhi sarang laba-laba, atap yang menjadi penahan terik matahari dan hujan sudah usang, bapak Enggartiasto Lukita menyarankan nantinya pengelola pasar harus mengikuti kursus agar dapat mengelola pasar dengan baik. dan mengingatkan kepada pengelola pasar bahwa penerimaan dan pertanggung jawaban keuangan menjadi obyek Pemeriksaan Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) agar uang retribusi di gunakan sesuai

³² Kementerian Perdagangan. *Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*. (jurnal :Kebijakan Perdagangan dalam Negeri. Jakarta.:2015)

dengan porsinya “uang kebersihan untuk kebersihan” dan pedagang dilarang protes karena digunakan untuk kepentingan pemeliharaan.

Dimana Presiden Joko Widodo (Jokowi) sangat menaruh perhatian penuh kepada pasar rakyat yakni pasar tradisional dan program revitalisasi sudah dipersiapkan untuk pasar Tanjung dengan standar SNI sehingga bisa dibanggakan menjadi pusat ekonomi kerakyatan dan diharapkan setelah revitalisasi pasar Tanjung dapat beroperasi dengan baik, dimana pagi harinya buat pasar rakyat dan siang sampai malam sebagai pusat pelayanan jasa dan kuliner menurut Bupati Jember Ibu Faida.

Manteri perdagangan bapak Enggartiasto Lukita berharap revitalisasi Pasar Tanjung nantinya dapat meningkatkan omzet penjualan seperti yang terjadi pada pasar rakyat lainnya yang sudah direvitalisasi dan akan membuat program bagi para pedagang agar bisa mendapatkan barang dengan harga yang minimal atau setidaknya sama dengan harga yang diperoleh oleh pasar-pasar modern dengan demikian harganya semakin bersaing dan konsumen dapat juga membeli dengan harga yang lebih terjangkau.³³

Mengkaji definisi-definisi di atas menyebabkan menarik sejumlah kata kunci yang menjadi inti dari definisi-definisi. Yang meliputi perubahan terencana terhadap pasar tradisional dari segi sistem nilai, peningkatan efektivitas pasar tradisional dan intervensi pemerintah dari kebijakan revitalisasi sebagai bentuk dari pengembangan pasar tradisional.

³³ FikiAriyanti”, <http://m.liputan6.com/bisnis/read/2889053/kondisi-memprihatinkan-pasar-tanjung-jember-siap-berganti-wajah.html>, (16 Maret 2017), 20:01 Wib.

4. Pendapatan

Pendapatan nasional pada harga berlaku pada nilai barang-barang dan jasa-jasa yang dihasilkan suatu Negara dalam suatu tahun dan dinilai menurut harga-harga yang berlaku pada tahun tersebut. Cara ini adalah cara yang dilakukan 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

- a. Pertambahan fiscal barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian
- b. Kenaikkan harga-harga yang berlaku dari suatu periode lainnya.³⁴

Pendapatan dapat di klasifikasikan menjadi dua yaitu pendapatan operasional dan pendapatan non operational. Pendapatan operasional adalah pendapatan yang timbul dari penjualan barang dagangan produk atau jasa dalam periode tertentu dalam angka kegiatan utama perusahaan yang berhubungan langsung dengan usaha (operasi) pokok perusahaan yang bersangkutan, pendapatan ini bersifat normal sesuai dengan tujuan dan usaha perusahaan dan terjadinya berulang-ulang selama perusahaan melakukan kegiatan.

- 1) Pendapatan operasional berbeda-beda untuk setiap perusahaan dan pendapatan operasional dapat diperoleh dari dua sumber:

³⁴Sadono Sakirno. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada.2011).36.

1. Penjualan kotor yaitu semua hasil penjualan barang atau jasa sebelum di kurangi dengan potongan yang menjadi hak pembeli.
 2. Penjualan bersih yaitu hasil penjualan yang sudah di kurangi dengan biaya potongan yang menjadi hak pembeli.
- 2) Sedangkan pendapatan non operasional merupakan pendapatan yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu tetapi bukan diperoleh perusahaan dalam periode tertentu tetapi diperoleh dari kegiatan utama atau operational perusahaan (di luar usaha pokok) pendapatan non operasional diperoleh dari kegiatan sampingan yang bersifat insidental. Jenis pendaptan non operasional dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:
- a. Pendapatan yang diperoleh dari penggunaan aktiva atau sumber ekonomi perusahaannya oleh pihak lain. contoh pendapatan bunga, sewa dan royalti.
 - b. Pendapatan yang di peroleh dari penjualan aktiva diluar barang dagangan atau hasil produksi. Contohnya penjualan surat-surat berharga dan penjualan aktiva tak berwujud.³⁵

5. Dasar Hukum Pengembangan Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 tahun 2008 tentang pedoman dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern serta peraturan Presiden Republik Indonesia no. 112 tahun 2007, definisi pasar adalah area tempat jual beli barang

³⁵<http://Ciputrauceo.net/blog/pengertian-pendapatan-11-2015>

dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya, sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara (BUMN) dan badan usaha milik daerah (BUMD) termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. syarat-syarat pasar tradisional menurut peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, tentang pembangunan, penataan dan pembinaan pasar tradisional, adalah:

- 1) *Aksesibilitas*, yaitu kemungkinan pencapaian dari dan ke kawasan, dalam kenyataannya ini berwujud jalan dan transportasi atau pengaturan lalu lintas,
- 2) *Kompatibilitas*, yaitu keserasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya,
- 3) *Fleksibilitas*, yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana dan
- 4) *Ekologis*, yaitu keterpaduan antara tatanan kegiatan alam yang mewadahnya. Dalam PerPres tersebut juga dibahas tentang penataan pasar tradisional yang menjelaskan bahwa lokasi pendirian Pasar

Tradisional wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/ Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk Peraturan Zonasinya. Dalam ketentuan Pasar Tradisional salah satunya adalah wajib menyediakan fasilitas yang menjamin Pasar tradisional yang bersih sehat, aman³⁶

Dalam hal ini revitalisasi adalah salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah terhadap pasar tradisional dalam memenuhi ketentuan wajib di atas.

6. Revitalisasi Bentuk Pengembangan Pasar Tradisional

a. Pengertian Revitalisasi Pasar Tradisional

Revitalisasi adalah suatu proses yang harus dilalui oleh pasar tradisional dalam persaingan era globalisasi, Banyaknya pasar modern dengan fasilitas yang memadai akan mengurangi peran pasar tradisional. Menurut Danisworo, revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/ hidup, akan tetapi kemudian mengalami degradasi.³⁷

Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional merupakan usaha pemerintah agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern. Pembangunan suatu pasar perlu memperhatikan kesejahteraan pedagang maupun pembeli di pasar tersebut. Lewat penataan kembali pasar tradisional yang memperhatikan aspek kenyamanan, pelayanan dan keamanan, maka potensi yang dimiliki pasar tradisional akan dapat

³⁶Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.

³⁷Anomin "Pengertian Revitalisasi" *Www. Scribd.Com*, Diakses Pada Tanggal 06 Mei 2015 Jam. 14.26 WIB.

meningkat. Daya saing yang meningkat diharapkan mampu memberi keunggulan komparatif bagi pasar tradisional. Program revitalisasi pasar bertujuan untuk meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern sehingga bukan hanya meningkatkan pendapatan pedagang tapi juga meningkatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar. Dengan diadakannya program revitalisasi, pasar tradisional siap menyaingi serbuan pasar modern. Pasar tradisional akan kembali dilirik oleh konsumen jika citra buruk yang melekat selama ini dihapuskan. Kuncinya adalah pasar tradisional harus ditata sedemikian rupa sehingga keadaannya menjadi bersih dan nyaman bagi pengunjung termasuk menjaga kualitas kesehatan produk yang dijual. Pemerintah haruslah proaktif untuk menghidupkan kembali pasar tradisional begitu juga dengan para pedagang dan pengelola pasar harus konsisten untuk menjaga aura pasar tradisional untuk kebersihan pasar pasca revitalisasi tetap terjaga disertai juga dengan tata kelola pasar yang professional.³⁸

7. Perumusan strategi pengembangan

Pada tahap perumusan strategi, perusahaan atau organisasi dapat menggunakan proses manajemen strategik yang terdiri atas enam langkah yaitu :

- a. Faktor-faktor pengembangan pasar tradisional/melakukan analisis lingkungan Organisasi apa pun sebagai bagian masyarakat, harus peka

³⁸Ibid., 235.

terhadap lingkungannya tersebut. Ada dua faktor yang menuntut adanya pengembangan organisasi yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

1) Lingkungan eksternal

Adalah segala keseluruhan faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi.

Beberapa faktor tersebut, antara lain politik, hukum, kebudayaan, teknologi, sumberdaya alam, demografi, dan sebagainya. Adalah penyebab perubahan yang berasal dari luar, atau sering disebut lingkungan Organisasi bersifat *responsive* terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya. Oleh karena itu, jarang sekali organisasi melakukan perubahan besar tanpa adanya dorongan yang kuat dari lingkungannya. Artinya, perubahan yang besar itu terjadi karena lingkungan menuntut seperti itu, Beberapa penyebab perubahan organisasi yang termasuk faktor ekstern adalah perkembangan teknologi, faktor ekonomi, dan peraturan pemerintah.

2) Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah segala keseluruhan faktor yang ada di dalam organisasi di mana faktor tersebut dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatannya. Penyebab perubahan yang berasal dari dalam organisasi yang bersangkutan dapat berasal dari berbagai sumber. Misalnya, pengaruh kebijakan manajemen organisasi dan gaya, sistem dan prosedur, serta sikap karyawan dan Perubahan organisasi dilakukan untuk mencocokkan dengan kebutuhan yang ada.

b. Mengembangkan visi dan misi yang jelas

Visi adalah mimpi atau harapan yang ingin diwujudkan perusahaan dimasa depan. Visi memberikan gambaran jelas mengenai kemana arah organisasi akan melangkah, Tanpa visi perusahaan tidak memiliki pegangan ataupun panduan mengenai jalan masa depan organisasi yang ingin diciptakan. Hal ini akan berdampak pada munculnya kerja-kerja organisasi yang tidak berfokus pada tujuan. Oleh karena itu, perusahaan perlu merumuskan visi yang mudah dipahami, dapat memberikan spirit, dan berdimensi jangka panjang.

c. Menyusun sasaran dan tujuan

Sebelum menyusun strategi yang komprehensif, pemilik perusahaan terlebih dulu harus menetapkan sasaran dan tujuan perusahaan serta memberikan target yang harus dicapai dan menyediakan dasar untuk mengevaluasi kinerja perusahaan. Sasaran adalah atribut-atribut jangka panjang dan luas yang berusaha dicapai perusahaan dalam arti umum. Tujuan adalah target-target kinerja (apa dan kapan diselesaikan, serta hal yang diukur) yang lebih spesifik yang menunjukkan hal-hal seperti tingkat keuntungan, produktivitas, pertumbuhan, dan aspek-aspek kunci lain dari perusahaan.

d. Merumuskan pilihan-pilihan strategi dan memilih strategi yang tepat.

Strategi adalah cara penyusunan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pengelola perusahaan untuk mencapai misi, sasaran dan tujuan perusahaan. Sampai pada proses perumusan strategi ini, pengelola

perusahaan harus memiliki gambaran jela tentang tindakan terbaik (implementasi berupa strategi dan kebijakan) yang harus dilakukan dan keunggulan bersaing yang diharapkan. Pengelola perusahaan juga harus memahami kelemahan dan keterbatasan perusahaan dan pesaingnya. Langkah selanjutnya adalah menilai pilihan-pilihan strategi dan selanjutnya mempersiapkan program yang dirancang untuk mencapai misi, sasaran dan tujuan perusahaan yang didukung oleh anggaran dan prosedur.

e. Menentukan pengendalian

Perencanaan yang baik membutuhkan proses pengendalian dalam pelaksanaannya dan Pengendalian meliputi proses evaluasi dan pemberian umpan balik terhadap proses manajerial yang tengah berlangsung sehingga rencana dapat direalisasikan dengan baik. Perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan pada saat perusahaan mengimplementasikan dapat berbeda dengan asumsi-asumsi yang telah ditetapkan saat strategi dirumuskan. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme pengendalian strategi yang baik agar perbedaan asumsi dan kenyataan dapat diatasi menurut hasil kerja yang diperoleh.

8. Implementasi strategi pengembangan

Setelah perumusan strategi selesai adalah implementasi strategi, tahapan ini merupakan tahapan yang kritis karena banyak organisasi mampu menyusun perumusan strategi yang baik namun tidak mampu mengimplementasikan dengan baik, Implementasi adalah proses ketika

rencana direalisasi. Implementasi membutuhkan keterampilan manajerial yang berbeda dengan perumusan strategi. Dalam implementasi strategi, ada beberapa hal penting yang harus dilakukan perusahaan, yaitu:

a. Penetapan tujuan tahunan sasaran dan tujuan perusahaan yang telah dirumuskan dalam proses perumusan strategi merupakan sasaran dan tujuan lima tahunan yang harus diturunkan dalam tujuan tahunan. Perusahaan perlu menetapkan tujuan tahunan yang mendukung pencapaian sasaran dan tujuan lima tahunan.

b. Perumusan kebijakan

Untuk dapat mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan, perusahaan perlu merumuskan kebijakan-kebijakan yang mendukung, kebijakan adalah seperangkat keputusan manajerial berupa aturan-aturan yang dibuat untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan

c. Memotivasi pekerja

Implementasi strategi adalah proses aksi yang membutuhkan dukungan dari semua staff dan karyawan. Proses motivasi diperlukan agar karyawan mendukung secara penuh strategi yang akan dan sedang dijalankan perusahaan.

d. Alokasi sumber daya

Sumber daya yang perlu dialokasikan kembali untuk pencapaian tujuan-tujuan strategi yang baru adalah keuangan, teknologi, dan sumber daya manusianya. Perubahan strategi sangat mungkin membutuhkan

perubahan alokasi sumber daya karena adanya perubahan prioritas-prioritas dalam aktivitas yang akan dilaksanakan.

9. Evaluasi Strategi Pengembangan

Evaluasi strategi adalah proses yang bertujuan untuk memastikan apakah tindakan-tindakan strategi yang dilakukan perusahaan sudah sesuai dengan perumusan strategi yang telah dibuat atau ditetapkan. Dalam proses evaluasi strategi ini, ada beberapa hal yang harus dilakukan perusahaan, yaitu: Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan dari aktivitasnya, kebanyakan

- a. Meninjau kembali permasalahan eksternal dan internal yang terjadi saat ini, apakah menjadi perubahan-perubahan pada saat strategi dirumuskan.
- b. Adanya pengukuran kemampuan atau kinerja perusahaan dengan memetakan kembali, apakah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
- c. Melakukan perbaikan-perbaikan untuk perkembangan perusahaan
- d. Membantu untuk mengembangkan model dimasa mendatang³⁹

IAIN JEMBER

³⁹Musa Hubeis & Mukhamad Najib. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya saing Organisasi* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2014)

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data, tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.⁴⁰

Pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan pendekatan ini sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian lapangan penelitian lapangan merupakan studi dari realita kehidupan sosial secara langsung. Untuk itu dalam situasi penelitian demikian lapangan dapat bersifat terbuka, tidak terstruktur dan fleksibel.

Adapun alasan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena dalam penelitian ini berupa data deskriptif yang diperoleh dari data-data berupa tulisan, kata-kata dan dokumen yang berasal dari sumber atau informan yang diteliti dan dapat dipercaya dalam kualitatif yang dikumpulkan berupa kata-kata dan gambar dan selain itu semua data yang dikumpulkan kemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti. Jadi bentuk data dari penelitian ini berasal dari naskah wawancara (interview), catatan lapang, foto dan dokumen lainnya. Dengan demikian penelitian ini tidak akan

⁴⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013),3.

menghasilkan data dalam bentuk angka melainkan data-data deskriptif yang berupa ungkapan dan perilaku dari obyek yang diteliti.⁴¹

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, lokasi penelitian di Pasar Tanjung yang terletak di pusat kota yaitu di Kabupaten Jember dan peneliti memilih lokasi ini atau pasar Tanjung karena pasar Tanjung adalah pasar terbesar di kabupaten Jember dan sebagai pasar induk dan sudah mengalami proses pembenahan (perbaikan) dari tahun ketahun untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal bagi masyarakat kota maupun di pedesaan yang semakin banyak sehingga tidak menuntut kemungkinan pendapatan para pedagang juga meningkat baik dari segi jumlah maupun fungsi.

C. Subyek Penelitian

Untuk mencari data yang valid peneliti menggunakan *teknik purposive sampling*, yaitu pemilihan informan yang dipandang dapat bisa memberikan informasi yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan dalam penelitian. Sehingga dalam penelitian hanya dipilih informan yang dipandang mengetahui betul tentang aspek yang akan dikaji dalam penelitian ini. Dengan demikian sesuai dengan konteks penelitian ini peneliti akan mengambil informan yang dianggap kompeten di bidang yang akan diteliti. Berdasarkan pertimbangan tersebut informan dalam penelitian ini adalah :⁴²

1. Pimpinan Mantri Pasar Tanjung (Bapak Sunarso)

⁴¹M.Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),120.

⁴²Ibid,127.

2. Staff Unit Pasar Tanjung salah satunya (Bapak Iskandar) sebagai Administrasi Umum.
3. Pedagang Pasar Tanjung salah satunya (Bapak Imam).
4. Konsumen Pasar Tanjung Ibu Siti.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data pada dasarnya merupakan informasi yang dicari untuk memecah suatu masalah. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, data diartikan sebagai kenyataan yang ada yang berfungsi sebagai bahan untuk menyatakan suatu pendapat, keterangan yang benar, dan bahan yang dapat dipergunakan untuk penalaran dan penyidikan. Dilihat dari sumbernya, terdapat dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.⁴³

1. Sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data secara langsung tanpa melalui perantara yaitu wawancara
2. Sumber data sekunder merupakan sumber yang memberikan data secara tidak langsung yaitu melalui orang lain atau lewat dokumen

Adapun teknik pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian ini terdiri dari

1. Observasi Deskriptif

Observasi atau pengamatan digunakan dalam rangka mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Merupakan hasil perbuatan jiwa secara aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya suatu rangsangan tertentu yang diinginkan atau studi yang disengaja dan

⁴³Ibid.,63.

sistematis tentang keadaan atau fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat.⁴⁴

Metode observasi yang dipilih yaitu observasi terus terang atau samar. Dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti.⁴⁵

Adapun data yang diperoleh dalam Metode observasi di Pasar Tanjung Kabupaten Jember sebagai berikut :

- a. Letak geografis Pasar Tanjung Kabupaten Jember
- b. Keadaan dan kondisi Pasar Tanjung Kabupaten Jember
- c. Produk-produk yang diperdagangkan di Pasar Tanjung
- d. Fasilitas-Fasilitas yang ada di Pasar Tanjung

2. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik mendapatkan data dengan cara mengadakan percakapan secara langsung antara pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dengan pihak yang di wawancarai (*interviewee*) yang menjawab pertanyaan itu. Wawancara adalah menjelaskan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan gagasan melalui teknik tanya jawab yang menghasilkan konstruksi makna tentang suatu topik tertentu.

⁴⁴Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.

⁴⁵Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 63.

Salah satu teknik wawancara yang digunakan oleh peneliti salah satunya menggunakan teknik wawancara terbuka dan wawancara riwayat secara lisan.

a. Wawancara terbuka, subjek dapat mengetahui maksud tujuan dan materi wawancara sehingga dapat memberikan jawaban- jawabanya sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti.

b. Wawancara riwayat secara lisan, adalah wawancara yang dilakukan secara lisan untuk mendapatkan informasi

Ditinjau dari pelaksanaannya adapun data yang ingin diperoleh dengan menggunakan teknik ini diantaranya adalah :

a. Interview dengan staff atau petugas pasar Tanjung mengenai strategi pengembangan Pasar Tanjungdan program-program pengembangannya dan pelaksanaannya di Pasar Tanjung

b. Interview dengan para pedagang yang terdapat di Pasar Tanjung mengenai fasilitas-fasilitas yang terdapat di Pasar Tanjung dan pendapatan pedagang.

c. Interview kepada para konsumen (pembeli) di Pasar Tanjung mengenai pelayanan yang terdapat dipasar Tanjung.⁴⁶

3. Metode Dokumenter

Dari asal dokumen yang artinya barang-barang tertulis di dalam melakanakan Metode ini, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis

⁴⁶M.Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),130.

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.⁴⁷

Peneliti dapat menggunakan dokumen-dokumen tertulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Dokumen ialah setiap bahan tertulis atau film yang tidak dipersiapkan karena ada permintaan seorang peneliti. Dokumen dapat berupa catatan, buku teks, jurnal, makalah, memo, surat, notulen rapat dan sebagainya.

Adapun tujuan dari Metode ini adalah untuk mendapatkan data yang berbentuk gambar, foto, rekaman dan data-data kantor yang berbentuk dokumen diantaranya:

- a. Letak Geografis
- b. Sejarah Pasar Tanjung
- c. Visi dan Misi Pasar Tanjung
- d. Struktur Organisasi
- e. Jumlah Pedagang
- f. Pendapatan retribusi pasar Tanjung 2016

E. Analisis Data

Adapun untuk penelitian kualitatif, analisis data dapat di mulai sejak peneliti mengumpulkan data dilapangan yaitu sejak peneliti memasuki lapangan, sedang berada dilapangan dan sesudah selesai mengumpulkan data dilapangan.

⁴⁷Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 240.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data deskriptif, Penelitian deskriptif merupakan penelitian non hipotesis, sehingga dalam penelitian ini tidak perlu dirumuskan hipotesis. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan kualitatif.⁴⁸

F. Keabsahan Data

Tidak setiap data yang diperoleh peneliti selalu benar atau sah sesuai dengan realitas yang ada. Oleh karena itu, peneliti harus melakukan pemeriksaan apakah data yang diperoleh memiliki keabsahan atau tidak, teknik keabsahan data didasarkan pada kriteria tertentu.

Dalam menguji keabsahan data ini peneliti menggunakan uji kredibilitas atau tingkat kepercayaan untuk menjelaskan bahwa data hasil penelitian yang dilakukan benar-benar menggambarkan keadaan objek yang sesungguhnya. Dan salah satu teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data penelitian kualitatif salah satunya yaitu dengan triangulasi sumber.

Triangulasi sumber yaitu menguji kredibilitas data dengan cara membandingkan berbagai sumber yang berbeda. Yaitu peneliti mengumpulkan datanya menggunakan sumber orang yang berbeda dengan melakukan interview dan jika data yang dihasilkan sama berarti data tersebut sudah kredibel.

⁴⁸.Djamaal.*Paradigma Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),135.

G. Tahap-tahap Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini ada beberapa tahap sebagai berikut:

1. Memasuki lapangan
 - a) Memilih lapangan
 - b) Mengurusi perizinan
 - c) Menjajaki dan menilai lapangan
2. Selama di lapangan
 - a) Melakukan observasi langsung ke lokasi penelitian yaitu Pasar Tanjung Kabupaten Jember dengan mencatat segala peristiwa, kejadian, fakta dan cerita seperti aslinya.
 - b) Melakukan wawancara untuk memperoleh data yang berkaitan dengan strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang.
 - c) Pengambilan data-data dan gambar untuk memperjelas data yang diambil melalui teknik observasi dan wawancara.
3. Selesai dilapangan

Mengolah data yang sudah dikumpulkan dengan Metode, analisis data kualitatif yaitu analisis data deskriptif⁴⁹

4. Tahap penulisan laporan

Dalam tahapan terakhir ini peneliti melaporkan seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan laporan secara

⁴⁹.Djamaal.*Paradigma Penelitian Kualitatif*.(Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),140.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Letak Geografis Pasar Tanjung Kab. Jember

Pasar Tanjung terletak di Kecamatan Kaliwates Kabupaten Jember, lebih tepatnya berada di Jalan H. Samanhudi No. 442 B dengan No. telp. 0331-488865 dan kode pos 68131. Sementara lokasi pasar Tanjung berada di tengah jantung kota Jember antara lain sebagai berikut :

- a. Sebelah Selatan : Jalan Trunojoyo
- b. Sebelah Utara : Pasar Johar (Jl. Untung Suropati)
- c. Sebelah Timur : Jalan Dr. Wahidin
- d. Sebelah Barat : Jl. Samanhudi

Jarak pasar Tanjung dari beberapa pasar dan toko sebagai berikut :

- a. Lokasi pasar Tanjung berada di jantung Kota Kabupaten Jember.
- b. Jarak pertokoan ke Matahari departemen Store 0.5 Km
- c. Jarak Pasar Tanjung ke pasar Tegal Besar 2 Km
- d. Jarak Pasar Tanjung ke Pasar Mangli 5 Km
- e. Jarak Tanjung ke Pasar Kepatihan 1.5 Km

2. Sejarah Berdirinya Pasar Tanjung

Kabupaten Jember dinyatakan lahir pada tahun 1982 namun situasi dan kondisi daerah sampai dengan lahirnya kemerdekaan RI tahun 1945 belum begitu nampak terjadinya perubahan yang signifikan, pasar Tanjung adalah pasar tradisional terbesar di Kabupaten Jember yang tepatnya berda

di kecamatan Kaliwates. Pasar Tanjung berada ditengah-tengah kota merupakan pasar utama atau induk yang melayani bermacam-macam komoditi perdagangan kebutuhan masyarakat, yang mana pada waktu itu orang-orang pada berkumpul di depan kantor pasar Tanjung yang dulu belum mempunyai nama dan hanya disebut pasar Jember karena nama tersebut baru diwujudkan setelah tumbangya orde lama ke orde baru.⁵⁰

Dari hasil interview dengan bapak Ikandar mengatakan bahwa :

“Dari berdirinya pasar Tanjung hingga sekarang bahwa pasar Tanjung memberikan kenangan tersendiri bagi para masyarakat Jember.mulai dari awal berdiri hingga membantu dalam perekonomian mayarakat Jember”.⁵¹

Masyarakat pada saat itu berkumpul dihalaman pasar Tanjung hanya sekedar ingin mendengarkan siaran pemerintah karena satu-satunya alat komunikasi dan informasi hanya lewat radio yang dikumpulkan dikantor pasar Tanjung dan pada waktu itu kebanyakan masyarakat masih belum mempunyai radio, disitulah mereka bertemu dan bersilahturahmi antar kampung disekitar pasar Tanjungyang pada waktu itu sebagai pusat keramaian Kota Jember pada tahun 50-an, pasar Tanjung hanya dibuka pagi sampai sore hari sehingga masyarakat menyebutnya pasar sampai dengan ashar, karena setelah memasuki jam 17.00 pasar Tanjung yang dikelilingi oleh pagar kawat berduri ditutup total, sehingga tidak ada kegiatan pasar sama sekali.

⁵⁰Data Dokumentasi, di Unit Pasar Tanjung Kab.Jember (Kamis, 20 April 2017)

⁵¹Interview, Iskandar Selaku Admnistratir Umum di Unit Pasar Tanjung Kabupaten Jember (Kamis, 20 April 2017)

Adapun Pembangunan pasar Tanjung berdasarkan Realisasi SK DPR GR Kabupaten Jember tanggal 20 september 1971 No. 08/IX/DPRDGR yang melaksanakan polisi Bupati Jember dalam nota APBD Tahun 1971/1972 tanggal 12 Juli 1971 dengan keputusan biaya pembangunan secara gotong royong antara penghuni dengan pemerintah diantara sebagai berikut:

- a. 25% ditanggung oleh pemerintah
- b. 75% ditanggung sendiri oleh penghuni Pasar Tanjung.

Untuk melaksanakan pembangunan dibentuk pembangunan pasar Tanjung berdasarkan SK Bupati tanggal 04 September 1972 No.SEK/III/35/1972 yang kemudian disempurnakan kembali SK Bupati tanggal Juli 1974 No.44 Tahun 1974 hanya menampung pedagang selama pembangunan pasar Tanjung yang sebelumnya menempati pasar Tanjung lama maka dibuat pasar penampung sementara yang beralamat di Jl. Dr.Wahidin, Jl. H.Samanhudi , Jl. W.R. Supratman pada tanggal 19 November 1972 sebanyak 990 los dengan perincian sebagai berikut:

- a. Ukuran 2x3 (los tertutup) sebanyak 480 los
- b. Ukuran 2x1.5 (los terbuka) sebanyak 180 los
- c. Ukuran 1x1.5 (los terbuka) sebanyak 330 los

Pada tanggal 18 Januari 1973 s/d 24 Januari 1973 para pedagang diperintahkan untuk mengosongkan pasar Tanjung lama dan menempati pasar penampung sementara, peletakkan batu pertama oleh Bupati Jember dilaksanakan pada tanggal 19 April 1973 pada tanggal 22 April 1976. pasar

Tanjung baru mulai ditempati oleh para penghuni pasar Tanjung yang terdiri dari pedagang pasar Tanjung dan pasar Johar, peresmian pasar Tanjung oleh Bapak Menteri dalam Negeri pada tanggal 03 Mei 1976 dan bersamaan dengan peresmian proyek-proyek pembangunan pemerintah Jember seperti Masjid Jami' Al Baitul Amien, lapangan Olahraga bulutangkis (*Sport Hall*) serta pembentukan kota administratif Kab. Jember.

Adapun luas Pasar Tanjung Kab. Jember sebagai berikut:

a. Luas Tanah Seluruhnya	: 25.105 m ²
b. Luas Bangunan	: 24.970 m ²
Terdiri Atas & Bawah	: 22.970 m ²
Lantai 03 (Tiga)	: 2000 m ²

Adapun Status Tanah atau Bangunan Pasar Tanjung sebagai berikut:

- a. Nama pemegang hak Pemerintah Kabupaten Jember
- b. Sertifikat Nomor : 4490 Tahun 1987
- c. Tanggal 28 Agustus 1987

Perkembangan Pedagang atau pertumbuhan pedagang sangat pesat sekali, karena pasar Tanjung merupakan pasar VIP, sehingga perlu dikembangkan dari pasar tradisional menjadi pasar modern (Derepetalisasi) bekerjasama dengan pihak pengembang (Investor) dan tingkat keramaian dari tahun ketahun pertumbuhan perekonomian semakin meningkat yang bersifat global, adanya perdagangan bebas dalam menciptakan produk keanekaragaman jenis barang dagangan yang berkualitas yang memiliki

daya saing. Dan produk yang diperjual belikan dipasar Tanjung berupa elektronik, konveksi, sembako, daging api, daging ayam, ikan basah/kering, sayur-sayuran.

3. Visi dan Misi Pasar Tanjung

Dari hasil interview bapak Iskandar mengatakan bahwa:

“Pasar Tanjung memiliki visi dan misi yang sangat kuat agar pasar ini dapat benar-benar memberikan suatu tujuan yang berkualitas dan professional, kuat tidaknya suatu pasar juga tergantung pada visi dan misinya”.⁵²

Sejalan dengan berdirinya pasar Tanjung Kabupaten Jember suatu keinginan yang tercermin dalam suatu program harus dituangkan dalam bentuk visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi akan menjadi acuan dalam menentukan kebijakan strategis organisasi yang akan diterapkan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi organisasi untuk menuju organisasi yang berkualitas dan profesional. Dengan hal tersebut maka semua lapisan yang terkait dengan organisasi harus ikut dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi organisasi, sehingga tumbuh komitmen bersama untuk mengembangkan organisasi.

a. Visi

Meningkatkan penerimaan Pendapatan Asli Daerah sendiri (PDAS) khususnya retribusi yang bertumpu pada pengelolaan yang demokratis, efisien dan pelayanan yang prima dalam rangka pelaksanaan otonomi daerah yang nyata dan bertanggung jawab.

⁵²Interview, Iskandar Selaku Administrasi Umum di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Kamis, 20April 2017)

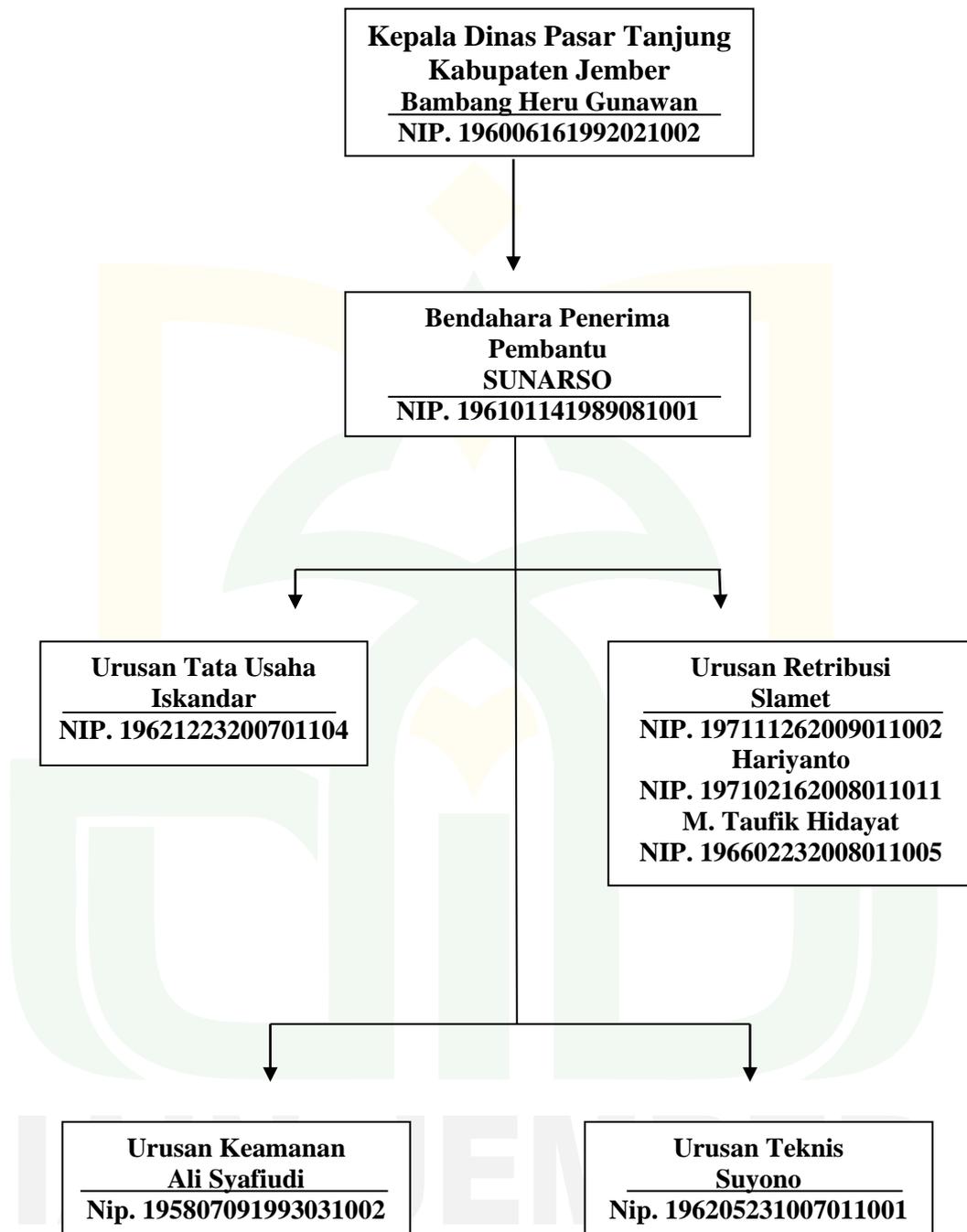
b. Misi

1. Pemberdayaan daya dan partisipasi pedagang sebagai penerima fasilitas berupa sarana bangunan sebagai tempat kegiatan usahanya. guna ikut membangun dan memperbaiki sarana yang sudah ada berupa toko atau kios yang berada di pasar.
2. Mewujudkan pelaksanaan mekanisme kerja yaitu dengan pengawasan dan pengendalian dalam upaya peningkatan pendapatan dan mencegah kebocoran.
3. Mewujudkan tertib administrasi pemasukan retribusi pasar
4. Mewujudkan keterampilan dan kedisiplinan petugas selaku ujung tombak dalam memungut retribusi pasar.
5. Mewujudkan kesadaran masyarakat atau pedagang untuk membayar retribusi pasar.
6. Mewujudkan pelayanan yang prima kepada pengguna fasilitas pasar baik para pedagang, konsumen maupun pembeli.
7. Mewujudkan peningkatan koordinasi yang baik dengan instansi terkait.⁵³

IAIN JEMBER

⁵³Makalah. *Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. (Jember: Unit Pasar Tanjung. 2012.) hlm 04.

1. Struktur Organisasi Unit Pasar Tanjung Jember⁵⁴



⁵⁴Interview, Iskandar Selaku Admnistraai Umum di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (29 April 2017).

a.) Tugas dan wewenang Kepala Dinas, Bendahara Penerima Pembantu, urusan Tata Usaha, Urusan Retribusi, Urusan Keamanan, Urusan Teknis.

1. Kepala Dinas

- a. Melaksanakan kewenangan otonomi daerah di bidang pasar
- b. Melaksanakan tugas dinas pasar yang berada di Kab. Jember
- c. Perumusan kebijakan teknis pemberian bimbingan dan pembinaan, pengelolaan pasar di Kab. Jember
- d. Pemberian perizinan dan pelaksanaan pelayanan umum
- e. Pembinaan terhadap unit pelaksana teknis dinas dan cabang dinas Kabupaten Jember
- f. Pengelolaan urusan ketata usaha dinas

2. Bendahara Penerima Pembantu (Kepala Pasar)

- a. Memantau hasil pendapatan retribusi pasar.
- b. Memantau kebersihan pasar.
- c. Memantau ketertiban dan keamanan pasar.
- d. Menempatkan pedagang sesuai dengan jenis pedagang

3. Urusan Tata Usaha

- a. Mencatat buku kas
- b. Mencatat buku pembantu perincian proyek
- c. Membuat buku register karcis (Mode)
- d. Membuat laporan realisasi penerimaan dan pengeluaran uang (Mode DPDII/ 63)

- e. Mengetik tanda setoran (STS)
- f. Membuat laporan persediaan/ realisasi keuangan benda berharga
- g. Membuat daftar realisasi penerimaan retribusi pasar
- h. Membuat daftar tagihan sewa bulanan (Bonderil)
- i. Memiliki kwitansi sewa bulanan
- j. Mencatat dan mendistribusikan karci aharian setiap hari kepada masing-masing juru pungut (JP)
- k. Membuat daftar hadir
- l. Membuat surat permintaann benda berharga UPTD/ unit penghasil (SPBBU)
- m. Membuat surat permintaan perforasi
- n. Membuat laporan mingguan
- o. Mencatat surat masuk dan surat keluar

Bapak Iskandar mengatakan bahwa :

“Tata usaha terbagi menjadi lima belas dan ini sangat penting dan dapat mengetahui gambaran dari tugas-tugas tata usaha”.⁵⁵

4. Urusan Keamanan

- a. Mengamankan ketertiban dan keamanan pasar.
- b. Serta membantu kepentingan secara umum.

Ini juga diperjelas hasil interview dengan bapak Bura’I mengatakan bahwa:

⁵⁵Interview, Iskandar Selaku Admnistrasi Umum di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Selasa, 02 Mei 2017).

“Disini untuk keamanan juga bekerja sama dengan pihak kepolisian agar keamanan disini lebih terjamin. untuk petugas keamanan di pasar Tanjung sendiri masing-masing sudah ada”.⁵⁶

TABEL 4.1
JADWAL UNTUK PETUGAS KEAMANAN
PASAR TANJUNG

No.	Jam	Jumlah
1	Pagi 06.00 s/d 14.00	5 orang
2	Siang 14.00 s/d 21.00	5 orang
3	Malam 21.00 s/d 06.00	5 orang
	Jumlah	15 orang

Sumber : *Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. 12 Februari 2012.

5. Urusan Teknis

1. Menyelenggarakan pembinaan dan pelayanan keamanan, ketentraman dan ketertiban pada konsumen maupun pedagang di Pasar Tanjung
2. Menyelenggarakan kegiatan yang berkaitan dengan Pasa Tanjung
3. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Pasar Tanjung

6. Urusan Retribusi

1. Memungut retribusi kepada para pedagang
2. Mencatat hasil retribusi⁵⁷

Suatu program tidak akan berjalan lancar tanpa orang-orang ahli di dalamnya yang telah ikut mensukseskan program-program tersebut berikut data para pegawai di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember.

⁵⁶Interview, Bura'i Selaku Petugas Keamanan di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Rabu, 26 April 2017).

⁵⁷Interview.Slamet.Selaku Kordinator Retribusi Bulanan di Unit Pasar Tanjung. (27 April 2017).

TABEL 4.2
Daftar pegawai (PNS) Unit. Pasar Tanjung

No.	Nama	NIP	Gol	Keterangan
1.	Suramo	1960 06 06 1985 03 1 024	II/c	Staff Kantor
2.	Noorcholis	1983 04 15 2010 01 1 003	II/a	Staff Kantor
3.	Kusno	1967 07 06 2007 01 1 030	I/c	Staff Kantor
4.	Slamet	1971 11 26 2009 01 1 002	I/b	Kord.Ret Bulanan
5.	Hariyanto	1971 02 16 2008 01 1 011	II/a	Kord.Ret Bulanan
6.	Sugeng Hariyanto	1977 01 12 2009 01 1 005	II/b	Juru pungut bulanan
7.	Suyono	1962 05 23 2007 01 1 001	I/d	Juru pungut bulanan
8.	R.Taufik Hidayat	1966 02 23 2008 01 1 005	II/b	Juru pungut Ret. Harian
9.	Sutarmin	1962 12 01 1989 03 1 008	II/c	Juru pungut harian
10.	Ismail	1968 10 05 2007 01 1 028	II/c	Kord. Perawatan
11.	Mustadi	1960 12 25 1993 03 1 002	II/a	Perawatan
12.	Amsin	1960 08 05 2006 04 1 022	I/c	Perawatan
13.	Djumari	1964 01 01 2009 01 1 000	I/b	Perawatan
14.	Miskadi	1961 12 05 1993 12 1 001	II/a	Kord. Kebersihan
15.	Mustofa	1963 06 06 1992 03 1 016	II/a	Kebersihan
16.	Sahir	1972 10 03 2007 01 1 007	II/a	Kebersihan
17.	Ahmad Saihu	1968 12 20 2007 01 1 013	I/d	Kebersihan
18.	Amsari	1972 01 02 2008 01 1 010	I/d	Kebersihan
19.	Jumari	1970 11 12 2008 01 1 022	I/b	Kebersihan

No.	Nama	NIP	Gol	Keterangan
20.	Ngadiman	1971 06 04 2007 01 1 114	I/c	Kebersihan
21.	Wagimin	1963 08 06 2008 01 1 014	I/b	Kebersihan
22.	Sucipto Bunadin	1966 08 17 2008 01 1 004	I/b	Kebersihan
23.	Sahri	1970 04 06 2008 01 1 012	I/b	Kebersihan
24.	Asan	1970 02 19 2009 01 1 002	I/b	Kebersihan
25.	Buras	1960 07 02 2006 04 1 011	I/b	Kebersihan
26.	Sumawi	1968 05 17 2007 01 1 027	I/b	Kebersihan
27.	Ismail	1968 10 05 2007 01 1 028	II/c	Kord. Perawatan
28.	Mustadi	1960 12 25 1993 03 1 016	II/a	Perawatan
29.	Amsin	1960 08 05 2006 04 1 022	I/c	Perawatan
30.	Djumari	1964 01 01 2009 01 1 000	I/b	Perawatan
31.	Bura,I	1965 01 20 2012 12 1 002	I/a	Keamanan
32.	Sutrisno	1969 06 02 2008 01 1 020	I/d	Pengemudi truk sampah

Sumber :Daftar Pegawai Negeri Sipil Unit Pasar Tanjung .Jember: 16 November 2016

Dari hasil data yang didapat selama dilapangan bahwa strategi pengembangan Pasar Tanjung dapat terlaksana dengan baik dan berjalan secara maksimal karena pihak pengelola saling bergotong royong dalam melaksanakan kegiatan pasar ini terbukti dari hasil daftar pegawai baik PNS dan Non PNS. Berikut data pegawai Non PNS yang ikut membantu mengelola Pasar Tanjung.

TABEL 4.3**Daftar Karyawan/ Ti Sukwan Tergaji Unit. Pasar Tanjung**

No.	Nama	Pendidikan
1.	M. Ifan Fauzi Zakaria, SH.	S.1
2.	Andrew Octya Wednady, SE.	S.1
3.	Elli Theresia Septiyana, SH.	S.1
4.	Ahmad Fatoni Junifar, SE.	S.1
5.	Diah Anggraeni, SE.	S.1
6.	Arief Tirtana, Amd.	Diploma
7.	Moh. Rusdi, Amd.	Diploma
8.	Adi Wiyono	STM
9.	Moh Suhadak	SMA
10.	M. Taufik Kurrohim	SMA
11.	Agus Kurniawan	SMK
12.	Linda Rejekiningtyas	SMA
13.	Rico Abesta	SMK
14.	Ahmadi Setiawan	SMA
15.	Suharto	MAN
16.	Rendi Ari Prayogi	SMA
17.	Merita Tisna Maya	SMA
18.	Lusiana Eka Adt	SMK
19.	Suyono	SMA
20.	Hendrik Efendi	SMP
21.	Matsari	SD
22.	M. Basori	SMK
23.	Hendrik Susanto	SMK
24.	Alfandi	SMK
25.	A. Refi Isbiyanto	SMK
26.	Rahmad Efendik	SMK
27.	Ahmad Baidowi	MAN

No.	Nama	Pendidikan
28.	Heri Purwito	SMP
29.	Irfan Efendi	SMK
30.	Hambali	SMK
31.	Rico Firdaus	SMK
32.	Sony Suyatyo Budi	SMA
33.	Fanjar Arik Kusuma	SMA
34.	Misbahul Munir	SMA
35.	Mahfud Junaidi	SMA
36.	Eddy Purwanto	SMA
37.	Rizqy Amrulloh Arizona	SMA
38.	Muhammad Roziki	SMK
39.	Edy Risyanto	SMA
40.	Heru Masruroh	SMA
41.	Wawan Wicahyono	SMK
42.	Fendik Julfianto	SMK
43.	Yuga Aditya Putra AM.	SMK

Sumber :Daftar Pegawai Negeri Sipil Unit Pasar Tanjung . Jember: 16 November 2016

Dengan adanya struktur organisasi diharapkan mampu berjalan lancar untuk itu diperlukan perawatan di dalam pasar Tanjung agar dapat bertahan dalam jangka panjang dan ini juga diperjelas dengan hasil interview dengan bapak Ismail yang mengatakan bahwa:

“Agar suatu strategi pengembangan pasar Tanjung dapat memberikan program-program yang baik dan bertahan juga diperlukan sebuah perawatannya di dalam pembangunannya.”⁵⁸

⁵⁸Interview, Ismail Selaku Kordinator Perawatan di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (22 April 2017).

B. Penyajian Data dan Analisis

Dalam pembahasan ini akan dideskripsikan mengenai Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang sebagaimana yang telah dijelaskan pada Bab III bahwa penelitian ini menggunakan Metode atau teknik observasi, wawancara (*interview*), dan dokumenter sebagai alat untuk memperoleh data yang berkaitan dengan objek penelitian yang diteliti. Oleh karena itu dalam pembahasan ini akan dipaparkan secara rinci dan sistematis tentang objek yang diteliti yang mengacu pada fokus penelitian yaitu :

1. Ragam strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang
2. Analisis Strategi pengembangan Pasar Tanjung dalam meningkatkan Pendapatan Para Pedagang
3. Pelaksanaan Program pengembangan pasar Tanjung

Sebelum menyajikan data-data yang diperoleh dari lapangan yang sesuai dengan fokus penelitian. Peneliti memaparkan data-data secara umumnya mengenai strategi pengembangan Pasar Tanjung di dalam meningkatkan pendapatan para pedagang.

a. Ragam Strategi Pengembangan Pasar Tanjung dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang.

Sesuai dengan hasil *interview* yang dilakukan dengan Bapak Sunarso dan beberapa staff yang ada di pasar Tanjung mengatakan bahwa untuk ragam strategi pengembangan ada tiga yang perlu diperhatikan yang nantinya dan dapat memberikan suatu gambaran program yang tepat untuk ditetapkan di pasar Tanjung salah satunya dengan melakukan beberapa kebijakan yaitu pemberdayaan pasar Tanjung yang nantinya akan

memberikan program-program yang pas didalam pemberdayaan yang ada di pasar tanjung itu sendiri dan pengembangan promosi pasar Tanjung.

Dari hasil wawancara dengan bapak Sunarso mengatakan bahwa ragam strategi pengembangan pasar tanjung :

“Kalau bicara soal strategi pengembangan disini di pasar tanjung menurut saya sama seperti pasar tradisional yang lain ada pemberdayaan pasar yang nantinya akan memberikan program-program yang pas didalam pemberdayaan yang ada di pasar tanjung itu sendiri dan ada promo pasar , lebih di utamakan ke perbaikan baik itu pada bangunan, kenyamanan, fasilitas dan tingkat keamanan. Yang mungkin tadi disebut sama rifa disebut dengan penambahan jumlah, fungsi, perluasan pasar. yang nantinya akan lebih difokuskan lagi program-pogram apa yang tepat untuk dilakukan.”⁵⁹

Ragam strategi pengembangan pasar tanjung dapat dikelompokkan menjadi tiga aspek sebagai berikut:

1. Penambahan Jumlah

Di dalam penambahan jumlah ada yang namanya kebijakan yaitu pemberdayaan pasar Tanjung, dimana pemberdayaan pasar Tanjung ini untuk mewujudkan misi dan diharapkan dapat memberikan peningkatan pendapatan dengan membuat suatu program yang disebut dengan revitalisasi, pendirian koperasi, promo pasar, dengan merevitalisasi sarana dan prasarana fisik, pemberdayaan pelaku pasar. dimana program revitalisasi dilaksanakan melalui berbagai macam cara yaitu :

- a. Perbaikan infrastruktur pasar yaitu perbaikan atap, pembuatan drainase dan pemeliharaan bangunan
- b. Peningkatan kebersihan lingkungan pasar Tanjung

⁵⁹Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017).

- c. Peningkatan pengamanan dan penertiban dengan menambah frekuensi patrol pasar oleh petugas keamanan dan ketertiban yang bekerja sama dengan kepolisian.
- d. Pembinaan dan pemberdayaan pedagang melalui peningkatan kemampuan pedagang dalam manajemen usaha, stock barang dan ketepatan ukuran/timbangan.

Selain program revitalisasi pasar pembentukan komunitas pasar merupakan suatu upaya bagi pemberdayaan pelaku pasar. Peran dan fungsi dari paguyuban tersebut antara lain sebagai wadah untuk aspirasi pedagang dan sebagai penyambung antara pedagang dengan pengelola (dinas pasar) dan mempermudah distribusi informasi dan salah satu paguyuban yang ada di pasar Tanjung adalah Ikatan Pedagang Arloji dan Radio atau disebut dengan (IKPAR), Paguyuban Pedagang Pasar Tanjung.

Sehingga memberikan dampak positif terbukti dengan hasil interview kepada para pedagang melalui program revitalisasi pasar Tanjung sebagai berikut:

TABEL 4.7

**FAKTOR KONSUMEN BELANJA DI PASAR TANJUNG MELALUI
PENGEMBANGAN PASAR (REVITALISASI) 2017**

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
1.	Ibu Siti	Sayur-mayur,dll ⁶⁰	a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan) b. bisa ditawar c. sayurnya masih segar d. lebih suka berbelanjapasar	Rp 500.000-700.000

⁶⁰Interview.Siti Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017).

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			<p>tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya</p> <p>f. sudah punya langganan</p> <p>g. Bisa pindah ke pedagang lain</p> <p>h. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p> <p>i. Harga ekonomis</p> <p>j. Tingkat keamanan terjamin, kebersihan terjamin.</p>	
2.	Ibu Mahmud ⁶¹	Sayur-mayur,dll	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanjapasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnyasudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah kepedanga lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p> <p>h. Tingkat keamanan terjamin, kebersihan terjamin.</p>	Rp 500.000-1.000.000
3.	Ibu Febri ⁶²	Sayur-mayur,dll	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanjapasar tradisional</p>	Rp 500.000-700.000

⁶¹Interview. Mahmud. Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

⁶²Interview.Febri.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			<p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah ke pedang lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p> <p>h. Tingkat keamanan terjamin, kebersihan terjamin.</p>	
4.	Ibu Rudi ⁶³	Sayur-mayur, dll	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanja pasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah ke pedang lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p> <p>h. Tingkat keamanan terjamin</p>	Rp 500.000-800.000
5.	Ibu Yana ⁶⁴	Beras, telur, dll	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanja pasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p>	Rp 500.000-700.000

⁶³Interview.Rudi.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

⁶⁴Interview.Yana.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			<p>f. Bisa pindah kepedanga lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.</p>	
6.	Ibu Rohmah ⁶⁵	Beras,telur, dll (sembako)	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanja pasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah kepedanga lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap</p> <p>h. Tingkat keamanan terjamin</p>	Rp 500.000-1.500.000
7.	Ibu Dian	Beras,telur, dll (sembako) ⁶⁶	<p>a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan)</p> <p>b. bisa ditawar</p> <p>c. sayurnya masih segar</p> <p>d. lebih suka berbelanja pasar tradisional</p> <p>e. banyak yang kenal sama penjualnya sudah punya langganan</p> <p>f. Bisa pindah kepedanga lain</p> <p>g. selalu mengalami perbaikan baik</p>	Rp 500.000-2.000.000

⁶⁵Interview.Rohmah.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017)

⁶⁶Interview.Dian Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			kebersihan walaupun secara bertahap. h. Tingkat keamanan terjamin	
8.	Ibu Zahriah ⁶⁷	bumbu,dll (sembako)	a. Lebih murah dan bisa dijual lagi (kulaan) b. bisa ditawar c. sayurnya masih segar d. lebih suka berbelanjapasar tradisional e. banyak yang kenal sama penjualnyasudah punya langganan f. Bisa pindah kepedanga lain g. selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap.	Rp 500.000-1.500.000
9.	Bpk Hendra ⁶⁸	Jam tangan, dll	a. Lebih murah b. bisa ditawar c. lebih suka berbelanjapasar tradisional d. langganan e. Tingkat keamanan terjamin	Rp. 500.000
10.	Bpk Toni ⁶⁹	Celana, dll	a. Lebih murah b. bisa ditawar c. bersih d. tertib penjualnya. e. lebih suka berbelanjapasar tradisional f. langganan g. Bisa pindah kepedanga lain	Rp. 500.000

⁶⁷Interview.Zahriah.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

⁶⁸Interview.HendraSelaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

⁶⁹Interview. Toni. Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

No.	Nama	Produk	Faktor Berbelanja di Pasar Tanjung	Nominal
			h. Harga ekonomis	
1.	Bpk Syahroni ⁷⁰	Sepeda untuk anaknya	a. Lebih murah b. bisa ditawar c. lebih suka berbelanjapasar tradisional d. bersih e. ekonomis	RP. 400.000

Dari hasil interview dengan salah satu konsumen yaitu ibu Siti mengatakan bahwa:

“aku sering belanja di pasar Tanjung soalnya lebih nyaman walaupun tidak punya uang sedikit itupun bisa di tawar dengan uang lima puluh ribu itu sudah dapat macam-macam berbeda dengan pasar modern, sekarang pasar Tanjung lebih bersih dan teratur”⁷¹.

Dari hasil pengamatan dan interview di lapangan bahwa faktor-faktor konsumen berbelanja di Pasar Tanjung dengan adanya program revitalisasi, terkait pengembangan yang ada di pasar tanjung mengalami peningkatan ini terbukti dari hasil interview dengan ibu Siti suka dan sering berbelanja di pasar tanjung disebabkan produk yang dijual lebih murah dan terjamin mutunya bisa dijual lagi (kulaan), dan bisa ditawar berbeda kalau berbelanja di pasar modern, sayurnya masih segar langsung dari pertanian, dan lebih suka berbelanja pasar tradisional, banyak yang kenal sama penjualnya, sudah menjadi langganan

⁷⁰Interview.Syahroni.Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab.Jember.(Senin s/d Jumat,19-30 Juni 2017).

⁷¹Interview.Siti Selaku Konumen di Pasar Tanjung Kab. Jember.(Jumat s/d Kamis, 09-15 Juni 2017).

walaupun bawa uang sedikit dapat berbelanja lebih dari satu, bisa pindah ke pedagang lain dan selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap, penjual teratur (tertib) dan rata-rata uang yang dibelanjakan sekitar 100.000-2.000.000 bahkan lebih ini disebabkan setiap tahun ke tahun pasar Tanjung selalu mengalami peningkatan dari faktor pengembangan dengan program revitalasi dan tingkat keamanan yang ada di Pasar Tanjung mengalami peningkatan dibuktikan dengan jumlah petugas keamanan yang jumlahnya cukup memadai.

2. Penambahan fungsi

Di dalam penambahan fungsi juga terdapat Program untuk pengembangan Pasar Tanjung adalah dengan mendirikan koperasi pasar Tanjung.

Koperasi pasar Tanjung adalah koperasi pedagang pasar yang sebagian anggotanya berasal dari pedagang pasar Tanjung Jember. koperasi ini didirikan pada bulan 04 1981 oleh Sri Sahab sebagai Ketua Koperasi, Syar'an Udin sebagai sekretaris, dan Abdul Wahab sebagai bendahara. Mereka mendirikan koperasi pasar dengan alasan karena di pasar Tanjung membutuhkan suatu persatuan dan menginginkan peningkatan taraf hidup bagi para pedagang pasar.⁷²

Dari hasil interview dengan bapak Iskandar mengatakan bahwa:

⁷² .Sistematika Profil Koperasi Pasar Tanjung Kabupaten Jember. (Jember:Unit Pasar Tanjung.2012)hlm,15.

“koperasi pasar Tanjung di dirikan dengan tujuan memberikan bantuan modal kepada para pedagang khususnya di pasar Tanjung dimana setiap anggota dari koperasi pasar Tanjung adalah pedagang di pasar Tanjung”.⁷³

3. Perluasan pasar

Untuk perluasan pasar yang ada di Pasar Tanjung dengan melakukan promo pasar dengan pengenalan pasar ke seluruh masyarakat luas baik di Jember maupun yang ada di luar Jember, diharapkan promo pasar ini dapat memberikan yang lebih baik dari segi sarana dan prasarana yang ada di pasar tanjung, produk-produk yang diperjual belikan dengan mengenalkan Pasar Tanjung lewat media massa maka tidak menuntut kemungkinan orang-orang banyak mengenal pasar Tanjung disebabkan teknologi semakin canggih dan semakin banyaknya pengguna teknologi. Dan sebagai ikon Kabupaten Jember dan terutama dapat meningkatkan omset penjualan dan diharapkan mampu memberikan peningkatan jumlah pengunjung.

Bapak Sunarso mengatakan bahwa :

“Dengan promo pasar diharapkan mampu memberikan peningkatan omset penjualan dan dapat menjadi salah satu pusat perbelanjaan yang ekonomis, dan menjadi Icon Kab.Jember sehingga kebelakangnya nanti pasar Tanjung akan lebih banyak dikenal”.⁷⁴

Dari strategi pengembangan Pasar Tanjung maka dapat di jelaskan apa saja yang menjadi bahan acuan baik di dalam penambahan jumlah, penambahan fungsi, perluasan pasar dengan

⁷³ Interview, Iskandar Selaku Administrasi Umum Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Selasa, 02 Mei 2017).

⁷⁴Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017)..

terbentuknya program di dalam strategi pengembangan yaitu Revitalisasi, Pendirian Koperasi, Promo Pasar dan dapat memberikan peningkatan pendapatan.

Berdasarkan Undang-undang No. 07 Tahun 2014 pasal 13 tentang perdagangan. Dimana konsentrasi pengembangan pasar tradisional atau pasar rakyat ada empat hal sebagai berikut :

1. Pemerintah bekerjasama dengan pemerintah daerah melakukan pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat dalam rangka peningkatan daya saing.
2. Pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dalam bentuk :
 - a. Pembangunan atau revitalisasi pasar rakyat
 - b. Implementasi manajemen pengelolaan yang professional
 - c. Fasilitas akses penyediaan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing
 - d. Fasilitas akses pembiayaan kepada pedagang pasar di pasar rakyat
 - e. Ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar rakyat diatur dengan berdasarkan peraturan presiden .⁷⁵

⁷⁵<http://Desperindag.sumutprov.go.id/downlot.uu-no-7-2014>.

b. Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tanjung Kab. Jember dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang

Strategi pengembangan Pasar Tanjung umumnya sama dengan pasar yang lain yang ada di Kabupaten Jember, dari hasil interview yang dilakukan dengan bapak Sunarso mengatakan bahwa:

“semuanya sama menurut saya strategi pengembangan yang di sini di pasar tanjung sama dengan pasar tradisional yang lain banyak dilakukan perbaikan atau yang disebut dengan revitalisasi. sebelum merevitalisasi pasar Tanjung perlu adanya analisis lingkungan baik dari kekurangan maupun kelebihan, yang ada di pasar Tanjung”.⁷⁶

strategi pengembangan yang ada di Pasar Tanjung tidak jauh berbeda dengan pasar tradisional lainnya. Dimana Pasar Tanjung ini dilihat dari masa berdirinya yaitu pada 12 Juli 1971 hingga sekarang wajar dan sepatutnya kalau dilakukan yang namanya pengembangan pasar agar Pembangunan suatu pasar dapat dan perlu memperhatikan kesejahteraan pedagang maupun pembeli yang ada di pasar tersebut. Lewat penataan kembali pasar tradisional yang memperhatikan aspek kenyamanan, pelayanan dan keamanan, maka potensi yang dimiliki pasar tradisional akan dapat meningkat dan memiliki daya saing yang meningkat dan diharapkan mampu memberi keunggulan bagi Pasar Tanjung.

Pengembangan pasar Tanjung khususnya dilakukan analisis lingkungan dikarenakan beberapa alasan baik dari segi kekuatan, maka dilakukanlah yang namanya strategi pengembangan sesuai dengan visi dan misi Pasar Tanjung, tidak mudah terbentuknya sebuah strategi perlu yang

⁷⁶Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017).

namanya persetujuan dari berbagai pihak untuk itu dilakukan beberapa tahap di dalam melakukan strategi pengembangan Pasar Tanjung sesuai dengan hasil analisis lingkungan sebagai berikut :

Dari hasil wawancara dengan bapak Sunarso mengatakan bahwa: "di dalam melakukan sebuah strategi pengembangan baik yang menjadi kelemahan, ancaman, kekuatan, peluang yang ada di pasar Tanjung".⁷⁷

Di dalam melakukan sebuah tindakan strategi pengembangan maka diperlukan yang namanya analisis lingkungan atau mengidentifikasi apa saja yang menjadi faktor kekuatan pengembangan pasar Tanjung sebagai berikut:

1. Kekuatan

Pasar tanjung memiliki beberapa kekuatan yang dapat meningkatkan pendapatan pedagang di Pasar Tanjung sebagai berikut berikut :

- a. Harga ekonomis "murah"
- a. Bisa tawar-menawar
- b. Adanya paguyuban pasar yang mendukung kegiatan pasar sehingga segala aspirasi para pedagang dapat teroganisir
- c. Adanya program revitalisasi, pembangunan koperasi pasar Tanjung dan promo pasar yang meningkatkan pendapatan pedagang.
- d. Adanya kewenangan dinas dalam mengelola pasar
- e. Adanya petugas pengelola pasar yang merawat dan memberikan pasar Tanjung

⁷⁷Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017).

- f. Adanya perda Kabupaten Jember Nomor 13 tahun 2006 tentang pengelolaan pasar yang dikuasai oleh pemerintah daerah

Dari hasil wawancara dengan bapak Miskadi mengatakan bahwa:

“Kalau saya bicara pake Madura tak napahbing? Sebelum ekalakoh naph beih program-programah kadissak eabes gelluh napanah se korang mungkin bedeh she rosak se perlo eperbaiki entah kadissah soal bangunan, kebersihan, keamanan sareng fasilitas se korang, pas bisa erumus agi entah bangunan nikah epaderemmaah naph beih se e kaparloh senikah”.⁷⁸

Setelah dilakukan analisis lingkungan di Pasar Tanjung maka untuk tahap selanjutnya yaitu perumusan masalah strategi yang *pertama*, dengan melakukan yang namanya perumusan strategi dan isi dari perumusan strategi pengembangan Pasar Tanjung sebagai berikut :

- a. Kebersihan lingkungan pasar harus terjaga dengan menyediakan petugas bersih pasar, menyediakan tempat sampah, memberikan kesadaran atau sanksi bagi para pedagang dan pembeli untuk menjaga kebersihan pasar.

Dan ini juga diperjelas dengan hasil wawancara dengan bapak Mustofa mengatakan bahwa:

“Kebersihan lingkungan menjadi salah satu prioritas utama karena kenyamanan para pengunjung menjadi hal paling utama. Bagaimana masyarakat mau tertarik berbelanja di pasar Tanjung kalau tempatnya kotor? Nah, ini menjadi tugas kita untuk saling menjaga kebersihan lingkungan pasar Tanjung bukan hanya petugas kebersihan tetapi semua yang menempati area pasar Tanjung dan juga masyarakat Jember karena pasar Tanjung ini milik masyarakat Jember yang harus dijaga kelestariannya”.⁷⁹

⁷⁸Interview, Miskadi Selaku Koordinator Kebersihan di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Selasa, 25 April 2017).

⁷⁹Interview. Mustofa Selaku Kebersihan di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Jumat, 28 April 2017)

- b. Memperbaiki sarana dan prasarana yang di pasar Tanjung terkait bangunan
- c. Memberikan fasilitas tempat sholat, kamar mandi, parkir yang memadai, tingkat keamanan yang dipertinggi.

Pertama, Pelaksanaan Strategi yang ada di Pasar Tanjung .untuk pelaksanaan strategi disesuaikan dengan peraturan yang berlaku dimana dan dilakukan secara bertahap dan berkisinambungan agar pelaksanaan strategi tepat sasaran dan dapat memberikan keuntungan bagi para pedagang dan pembeli.

Kedua, Evaluasi Strategi yang di pasar Tanjung agar strategi dapat berjalan lancar maka penting untuk di evaluasi agar dapat memberikan solusi bagi pasar Tanjung sendiri dan dapat di jadikan referensi nantinya dan mengurangi adanya resiko kegagalan.

Dalam strategi pengembangan perlu mengetahui jumlah pedagang, Jumlah Toko/ Los/Bedak/Lesehan, Surat Ijin Menempati (SIM) yang ada di pasar Tanjung.

Berikut daftar jumlah pedagang yang ada di pasar Tanjung Kabupaten Jember.

TABEL 4.4
Kelompok Jumlah Pedagang

No.	Toko	Jumlah
1	Tertutup	1251 Pedagang
2	Terbuka	858 Pedagang
3	Lesehan	556 Pedagang

Sumber : Sistematika Profil Pasar Tanjung KabupatenJember
12 Februari 2012.

TABEL 4.5
Jumlah Toko/ Los/ Bedak/ Lesehan

No.	Lantai Bawah	Jumlah
1.	Toko Tutup	7
2.	Toko Buka	524
	Lantai Atas	531
1.	Toko Tutup	396
2.	Toko Buka	334
	Total	1261

Sumber :Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember.12
Februari 2012.

TABEL 4.6
Data Surat Ijin Menempati (SIM)

No.	Lantai Atas		Lantai Bawah	
	1	Sudah di perpanjang	76 SIM	Sudah diperpanjang
2	Belum diperpanjang	427 SIM	Belum diperpanjang	411 SIM
	Total	503	Total	531

Sumber :Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember. 12 Februari
2012.

c. Pelaksanaan program Pengembangan Pasar Tanjung Kab. Jember

Dari hasil interview dan observasi di lapangan dapat dilihat bahwa pelaksanaan program pengembang pasar tanjung berupa revitalisasi, promosi pasar, pendirian Koperasi dapat dikatakan berjalan lancar ini juga terlihat dari kondisi pasar Tanjung yang semakin bersih dan petugas pasar baik dari petugas kebersihan, perawatan, keamanan saling berkesinambungan di dalam memajukan dan memberikan pelayanan untuk pedagang dan konsumen.

Dari hasil wawancara dengan bapak Sunarso mengatakan bahwa:

“pelaksanaan pengembangan pasar tanjung yang ada di pasar semua harus sesuai dengan aturan yang berlaku dari pemerintah, agar dapat berjalan lancar suatu dana tugas pembantuan APBN yang juga disesuaikan dengan peraturan”⁸⁰.

Pelaksanaan program pengembangan yang ada di pasar Tanjung juga disesuaikan dengan peraturan yang berlaku atau ditetapkan oleh pemerintah.

Bahwa untuk pemenuhan pelaksanaan revitalisasi pasar Tanjung atau pasar rakyat di perlukan dukungan dana tugas pembantuan. Dana tugas pembantuan adalah dana yang berasal dari APBN yang dilaksanakan oleh daerah dan desa yang mencakup semua penerimaan dan pengeluaran dalam rangka pelaksanaan tugas pembantuan.

Tugas pembantuan adalah penugasan dari pemerintah kepada daerah atau desa dari pemerintah daerah provinsi kepada daerah kabupaten, serta dari pemerintah daerah kabupaten kepada desa untuk

⁸⁰Interview, Sunarso Selaku Bendahara Penerima Pembantu Unit Pasar Tanjung di Kab. Jember (Jumat, 21 April 2017)..

melaksanakan tugas tertentu dengan kewajiban dengan melaporkan dan mempertanggung jawabkan pelaksanaannya kepada yang menugaskan. Sesuai dengan pasal 3 bahwa menteri melimpahkan kewenangan pelaksanaan program revitalisasi pasar rakyat kepada Gubernur atau Bupati dalam bentuk program kegiatan dan anggaran tugas pembantuan di daerah provinsi/ kota. Dimana pelaksanaan revitalisasi menteri mendelegasikan penunjuk Koperasi dan usaha kecil dan menengah atas pelaksanaan program revitalisasi pasar rakyat kepada gubernur atau bupati/wali kota, dan KPA menetapkan pejabat pengelola keuangan yang terdiri dari PPK, PP-SPM, Bendahara pengeluaran dan staff pelaksanaan dan dilaksanakannya dengan di danai dari dana tugas pembantuan dan digunakan sesuai peraturan perundang-undangan.

Jadi pelaksanaan program-program yang ada di pasar Tanjung semuanya disesuaikan dengan aturan pemerintah. Agar tujuannya dapat berjalan lancar dan sesuai dengan yang direncanakan yaitu peningkatan pendapatan pedagang pasar Tanjung.

C. Pembahasan Temuan

Pada waktu pengamatan yang saya lakukan pada bulan april sampai juli 2017 bahwa dari tiga fokus penelitian penentuan strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang ditentukan dari tingkat kemaksimalan strategi pengembangan pasar tanjung dimana di dalam ragam strategi pengembangan ini terdapat program-program pengembangan pasar tanjung seperti revitalisasi, pendirian koperasi, dan promo pasar.

Dan para pedagang baik pengelola pasar saling berkesinambungan atau membantu dalam mengsucceskan program-program yang dicanangkan oleh pemerintah atau pihak pasar tanjung, sehingga memberikan dampak yang positif bagi para pedagang tentunya di dalam peningkatan pendapatan dan pedagang di pasar tanjung ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh pemerintah dan petugas pasar tanjung.

Maka dari temuan diatas saya ingin mengetahui apa saja yang dilakukan di dalam mensucceskan program-program pasar Tanjung dari ragam strategi pengembangan pasar tanjung dan pelaksanaanya di dalam meningkatkan pendapatan para pedagang dan apakah mengalami peningkatan pendapatan khususnya bagi para pedagang di pasar Tanjung.

1. Ragam Strategi Pengembangan pasar Tanjung Kab. Jember

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan bahwa didalam strategi pengembangan pasar tanjung ada program-program yang dilakukan didalam strategi pengembangan atau yang memberikan kemajuan pada pasar Tanjung yaitu ada penambahan jumlah yang memberikan suatu program yaitu revitalisasi dan di penambahan fungsi ada program pendirian koperasi pasar dan lain-lain dan di perluasan pasar ada promo pasar, dan masing-masing program ini memberikan dampak positif kepada para pedagang yang di pasar tanjung terutama di dalam peningkatan pendapatan para pedagang.

a. Strategi Pengembangan (Penambahan Jumlah)

Di dalam penambahan jumlah ini terdapat sebuah kebijakan pemberdayaan pasar Tanjung, dimana pemberdayaan pasar Tanjung itu sendiri untuk mewujudkan misi dengan membuat suatu program revitalisasi pasar Tanjung, program revitalisasi pasar Tanjung ini ditemukan berbagai cara didalam merevitalisasi sarana dan prasarana fisik sebagai berikut:

Pertama, perbaikan infrastruktur pasar yaitu dengan memperbaiki atap yang ada di pasar tanjung dengan alasan dilakukan perbaikan ini dapat menghindari resiko keruntuhan (kecelakaan) dan memberikan kelayakan fungsi penempatan agar lebih baik. Pembuatan drainase ini dilakukan untuk menghindari resiko adanya kecelakaan juga dan lain-lain, pemeliharaan bangunan dengan tujuan dapat digunakan dalam jangka panjang dan mengurangi resiko pelapukan dan tingkat kenyamanan terjaga.

Kedua, peningkatan kebersihan lingkungan pasar tanjung dilakukan agar dapat memberikan fungsi kenyamanan bagi para pembeli dan pedagang dengan memberikan tugas kepada petugas kebersihan dan bekerja sama dengan para pedagang diharapkan dapat memberikan citra yang baik dan meningkat omset penjualan dan pendapatan meningkat.

Ketiga, peningkatan keamanan dan penertiban yang ada dipasar tanjung dengan menambah frekuensi patrol pasar oleh petugas

keamanan dan ketertiban yang bekerjasama dengan pihak kepolisian dapat memberikan kenyamanan atau ketidak khawatiran bagi para pembeli di pasar tanjung karena dari tingkat keamanan sangat terjamin dan banyak pengunjung/pembeli yang berbelanja di pasar tanjung sehingga pendapatan para pedagang bertambah.

Dengan adanya paguyuban di pasar Tanjung yaitu Ikatan Pedagang Arloji dan Radio (IKPAR) sangat membantu para pedagang di pasar Tanjung sebagai penyambung antara pedagang dengan pengelola (dinas pasar) dan mempermudah distribusi informasi.

Juga dapat dilihat pada “tabel faktor konsumen belanja di pasar Tanjung” melalui program revitalisasi di analisis data bahwa konsumen sangat meminati pasar Tanjung setelah adanya pengembangan melalui program-programnya, sehingga secara otomatis omset penjualan para pedagang semakin tinggi dan pendapatannya ikut meningkat.

Dari hasil pengamatan dan interview di lapangan bahwa faktor-faktor konsumen berbelanja di Pasar Tanjung dengan adanya program revitalisasi. terkait pengembangan yang ada di pasar tanjung mengalami peningkatan ini terbukti dari hasil interview dengan ibu Siti, bahwa suka dan sering berbelanja di pasar tanjung disebabkan produk yang dijual lebih murah dan terjamin mutunya bisa dijual lagi (kulaan), bisa ditawar berbeda kalau berbelanja di pasar modern, dan lebih suka berbelanja pasar tradisional, banyak yang kenal sama penjualnya,

sudah menjadi langganan walaupun bawa uang sedikit dapat berbelanja lebih dari satu, Bisa pindah ke pedagang lain, dan selalu mengalami perbaikan baik kebersihan walaupun secara bertahap, penjual teratur (tertib). dan rata-rata uang yang dibelanjakan sekitar 100.000-2.000.000 bahkan lebih ini disebabkan setiap tahun ke tahun pasar Tanjung selalu mengalami peningkatan dari faktor pengembangan dengan program revitalasi dan lain-lain. dan tingkat keamanan yang ada di Pasar Tanjung mengalami peningkatan dibuktikan dengan jumlah petugas keamanan yang jumlahnya cukup memadai.

b. Strategi Pengembangan (Penambahan Fungsi)

Di dalam penambahan fungsi ini terdapat program yang dilakukan oleh pasar tanjung yaitu program pendirian koperasi, rogram pendirian koperasi di dalam penambahan fungsi.

Mendirikan koperasi pasar tanjung dengan tujuan dapat memberikan peningkatan taraf hidup bagi para pedagang di pasar tanjung dan memberikan satu persatuan yaitu dengan memenuhi seluruh aspirasi anggota, menggalang kerjasama antara pengurus dan anggota serta lembaga/instansi terkait demi kemaslahatan, membangun dan menumbuh kembangkan aspresiasi serta kredibilitas organisasi dari dan untuk anggota, dan lain-lain. dimana rata-rata anggota koperasi pasar Tanjung adalah para pedagang yang berjualan di pasar Tanjung.

c. Strategi Pengembangan (Perluasan Pasar)

Melakukan perluasan pada pasar Tanjung salah satunya dengan program promo pasar yaitu dengan melakukan pengenalan keseluruhan masyarakat luas dengan cara mengenalkan pasar Tanjung melalui media masa maka akan semakin banyak masyarakat yang mengetahui karena semakin banyaknya pengguna teknologi seperti *handphone* dan teknologi semakin canggih. Dari segi sarana dan prasanana serta keunggulan yang dipasar Tanjung yang akan mampu memberikan tingkat omset penjualan dan mampu menjadi Icon Kabupaten Jember yang dapat di banggakan, sehingga banyak pengunjung baik dari Jember maupun luar jember yang datang ke pasar Tanjung. Berikut hal-hal yang dipromosikan pada pasar Tanjung:

- a. Pembangunan atau revitalisasi pasar rakyat ini terbukti dari kita mengakses pasar Tanjung di internet baik tentang revitalisasi dan lain-lain, berbagai berita sudah ada tentang pasar Tanjung di internet kita tinggal mengaksesnya salah satunya oleh “Berita Satu” mengenai revitalisasi.
- b. Fasilitas akses penyediaan dan barang dengan mutu yang baik dan harga yang bersaing ini terbukti dari hasil berita di internet bahwa produk yang di perjual belikan sangat terjamin kemutuannya.
- c. Serta kenyamanan tempat, dan harga yang terjangkau

Semua ketentuan lebih lanjut mengenai pembangunan, pemberdayaan, dan peningkatan kualitas pengelolaan pasar Tanjung diatur dengan berdasarkan peraturan presiden

2. Analisis strategi pengembangan pasar Tanjung

Telah disinggung sebelumnya bahwa mengenai strategi pengembangan pasar tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang setiap orang atau kelompok melakukan berbagai cara dalam meningkatkan pendapatannya salah satunya dengan strategi pengembangan melalui berbagai program untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Strategi pengembangan ini dikeluarkan oleh pihak pemerintah agar pasar tradisional dapat memberikan peningkatan perekonomian kerakyatan bagi masyarakat Jember dan juga agar dapat memberikan program-program yang dapat memberikan dampak positif salah satunya didalam meningkatkan omset penjualan dan juga bisa mendapatkan barang dengan harga yang minimal (terjangkau).

Ini juga terbukti dari hasil analisis lingkungan melalui interview bahwa berbagai kekuatan yang ada di pasar Tanjung menjadi suatu acuan di dalam peningkatan pendapatan pendapatan pedagang yang dapat dilihat pada penyajian analisis data melalui program revitalisasi, pendirian koperasi, promo pasar.

Dari hasil data dilapangan atau temuan yang di dapat berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan bahwa proses program-pogram pasar tanjung sangat membantu dalam meningkatkan pendapatan para pedagang

dan sesuai dengan harapan para pedagang secara keseluruhan memberikan dampak yang positif.

Bahwa berbagai perbaikan telah dilakukan di pasar Tanjung yaitu pada program revitalisasi yaitu dengan membangun pasar Tanjung melalui perbaikan baik fasilitas tempat seperti atap, kamar mandi, tempat, tempat sampah. Dan dengan adanya paguyuban yakni Ikatan Pedagang Arloji ini sangat membantu adanya aspirasi para pedagang sehingga keluhan pedagang cepat tertampung dan terlaksanakan, adanya perda Kabupaten Jember Nomor 13 tahun 2006 tentang pengelolaan pasar yang dikuasai oleh pemerintah daerah

Dari ulasan diatas bahwa kondisi pendapatan pedagang mengalami peningkatan disebabkan strategi pengembangan yang memberikan program-program yang baik sehingga menghasilkan yang baik pula atau memberikan dampak yang positif, para pedagang tidak kecewa dengan adanya program-program pengembangan karena dapat memberikan dampak yang positif dan menghilangkan persepsi masyarakat terhadap pasar tradisional, meningkatkan omset penjualan, harga terjangkau dan khususnya dapat meningkatkan pendapatan para pedagang Jember.

3. Pelaksanaan program-program pasar Tanjung Kabupaten Jember

Telah disinggung sebelumnya bahwa pelaksanaan program-program pasar Tanjung secara keseluruhan semua disesuaikan dengan peraturan pemerintah disebabkan pasar Tanjung adalah milik daerah atau kabupaten sehingga semua bentuk program dan aturan yang ada di pasar

Tanjung semua disesuaikan dengan peraturan pemerintah dan untuk pemenuhan pelaksanaan program-program di pasar Tanjung diperlukan dana tugas pembantuan dimana dana tugas pembantuan ini didapat dari APBN yang dilakukan oleh daerah mencakup semua penerimaan dan pengeluaran dalam rangka pelaksanaan tugas pembantuan. Ini sesuai dengan perda Jember Nomor 13 Tahun 2006 tentang pengelolaan pasar oleh pemerintah daerah.

Data Pendapatan Pedagang Pasar Tanjung Sebelum dan Sesudah Program Pengembangan Pasar Tanjung (REVITALISASI) Kab. Jember sebagai berikut :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai bagaimana peran Pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan pedagang, pencarian informasi dilakukan dengan cara mendatangi para pedagang yang berada di Pasar Tanjung dengan melakukan wawancara pada jam istirahat yang biasa dilakukan pada saat pagi, siang dan sore hari, dengan harapan penyusun dapat mendapatkan informasi yang berhubungan dengan penelitian penyusun. Dalam penelitian ini menggunakan 30 informan yaitu para pedagang pasar Tanjung. Informan pada penelitian ini mempunyai berbagai karakteristik pada tabel ini, akan ditampilkan nama, umur, pendidikan, produk yang di jual, lama bekerja dipasar Tanjung, dan pendapatan sebelum dan sesudah adanya program pengembangan.

DAFTAR PENDAPATAN PEDAGANG PASAR TANJUNG SEBELUM DAN SETELAH PROGRAM PEGEMBANGAN PASAR TANJUNG (REVITALISASI) KAB. JEMBER

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
1.	Bpk. Imam ³²	SLTP	51	Arloji	30 Thn	< 300.000	>500.000	1.produk bervariasi awalnya hanya menjual satu 5 merk sekarang bisa lebih 2.jumlah produk semakin banyak awalnya menjula 5-10 produk dalam satu merk sekarang bisa 20-50 dalam atu merk.

³²Interview. Iman,Ridwan, Ibu Maryam Selaku Pedagang di Unit Pasar Tanjung Kab. Jember (Selasa s/d Sabtu, 03-06 Mei 2017).

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
2.	Ibu Maryam	SD	65	Ayam Potong	20 Thn	< 500.000	>1000000	1. jumlah dagangan bertambah awalnya menjual 8-15 ekor ayam bertambah 30 ekor
3.	Bpk Muhammad	SD	40	Sayur Mayur	22 Thn	< 400.000	>800000	1. jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
4.	Bpk Ridwan	SD	44	Sayur Mayur	25 Thn	<400.000	>800000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
5.	Ibu Siti ³³	SD	55	Ayam potong	28 Thn	<500.000	>1000000	1.jumlah dagangan bertambah awalnya menjual 8-15 ekor ayam bertambah 30 ekor
6.	Bpk Nurul	SLTP	45	Arloji	30 Thn	<300.000	>500000	1.produk bervariasi awalnya hanya menjual satu 5 merk sekarang

³³Interview.Siti. Khatijah, Sri, Yuliana, muntingah, sakirin, imroatun, lasminah, rohanah,bpk nurul,Sulaiman, latif, abdul, Suki. Selaku Pedagang di Pasar Tanjung.(Minggu s/d Selasa, 07-23 Mei 2017).

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								bisa lebih 2.jumlah produk semakin banyak awalnya menjula 5-10 produk dalam satu merk sekarang bisa 20-50 dalam atu merk.
7.	Bpk Sulaiman	SLTP	50	Arloji	29 Thn	<300.000	>500000	1.produk bervariasi awalnya hanya menjual satu 5 merk sekarang bisa lebih 2.jumlah produk semakin banyak

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								awalnya menjula 5-10 produk dalam satu merk sekarang bisa 20-50 dalam atu merk.
8.	Bpk Latif	SLTP	40	Peralatan rumah tangga	25 Thn	<200.000	>400.000	1. awalnya hanya penjual 10-15 produk peralatan rumah tangga etelah adanya peningkatan pendaptan dapat 20 -50 macam dan itupun jumlahnya juga bertambah.
9.	Bpk Abdul	SLTP	45	Aksesori	28 Thn	< 400.000	>800.000	1. awalnya

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
				s				menjual 30-40 macam aksesoris sekarang dengan adanya peningkatan pendapatan mencapai 50- 60 macam.
10.	Bpk Suki	SLTP	45	Sembako	35 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
11.	Ibu Khatijah	SLTP	40	Sembako	32 Thn	<1000000	>2000000	menjual sayur mayur juga. 1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
12.	Ibu Sri	SLTP	37	Buah	20 Thn	<300000	>600000	1.awalnya hanya menjual 4-5 macam buah dengan adanya

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								peningkatan pendapatan dapat menjual 5-10 macam buah dengan peningkatan jumlah buah.
13.	Ibu Yuliana	SLTP	35	Buah	20 Thn	<300000	>600000	1.awalnya hanya menjual 4-5 macam buah dengan adanya peningkatan pendapatan dapat menjual 5-10 macam buah dengan peningkatan jumlah buah.
14.	Ibu mutingah	SD	51	Sayur Mayur	20 Thn	<400.000	>800000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
15.	Ibu Sakirin	SD	64	Sembako	30 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
16.	Ibu Imroatun	SD	50	Sembako	30 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
17.	Ibu lasminah	SD	48	Kue	20 Thn	<400.000	>500.000	1. awalnya menjual 10-17 macam kue sekarang dengan adanya peningkatan pendapatan

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
18.	Ibu Rohanah	SLTP	38	Sembako	25 Thn	<1000000	>2000000	mencap 30 maca kue. 1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
19.	Bpk Fiqih ³⁴	SLTP	32	Sembako	20 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual

³⁴Interview.fiqih, Zanuvar Rifa'I, Ibu Suryati, Johariyah, Rosinah, Sumarni, Widari, Bapak Sodirin, Rohmad, Birin, Mahfud Sono. Selaku Pedagang di Pasar Tanjung.(Rabu s/d Kamis, 24 Mei-08 Juni 2017)

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
20.	Bpk Zanuar Rifa,i	SMA	29	Sembako	25 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
21.	Bpk Suryati	SD	52	Sayur Mayur	15 Thn	<400.000	>800.000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
22.	Ibu Siti Johariyah	SLTP	47	Perabota n	15 Thn	<300.000	>500.000	1. awalnya hanya penjual 10-15 produk peralatan rumah tangga

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								etelah adanya peningkatan pendaptn dapat 20 -50 macam dan itupun jumlahnya juga bertambah.
23.	Ibu Rosinah	SLTP	43	Pakaian	15 Thn	<600.000	>1000000	1.awalnya hanya menjual 15 macam pakain baik terdiri dari baju, celana, baju busana muslim baju anak-anak, tas, sandal sekarang dengan peningkatan pendapatan

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								bisa lebih banyak dan produk yang dijual semakin bervariasi dari 20- 30 macam.
24.	Ibu sumarni	SD	51	Sayur Mayur	15 Thn	<400.000	>800.000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa 4-5 macam sayur.
25.	Bpk Soderin	SLTP	49	Pakaian	20 Thn	<600.000	>1000000	1.awalnya hanya menjual 15 macam pakain baik terdiri dari baju, celana,

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								baju busana muslim baju anak-anak, tas, sandal sekarang dengan peningkatan pendapatan bisa lebih banyak dan produk yang dijual semakin bervariasi dari 20- 30 macam.
26.	Ibu Sri Widari	SD	39	Sayur Mayur	15 Thn	<400.000	>800000	1.jumlah produk yang di perjual belikan semakin banya dan bervariasi awalnya hanya menjual 2-3 produk sekarang bisa

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								4-5 macam sayur.
27.	Bpk Rohmat	SLTP	51	Sembako	15 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
28.	Bpk Birin	SLTP	44	Pakaian	20 Thn	<600.000	>1000000	1.awalnya hanya menjual 15 macam pakain baik terdiri dari

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								baju, celana, baju busana muslim baju anak-anak, tas, sandal sekarang dengan peningkatan pendapatan bisa lebih banyak dan produk yang dijual semakin bervariasi dari 20- 30 macam.
29.	Bpk Mahfud	SLTP	52	Sembako	20 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll.

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat bertambah dan menjual sayur mayur juga.
30.	Bpk Sono ³⁵	SLTP	46	Sembako	15 Thn	<1000000	>2000000	1.awalnya hanya menjual beberapa produk sembako seperti beras dan minyak sayur,dll. Dengan adanya peningkatan pendapatan dapat

³⁵Interview. Fiqih, Zanuar Rifa'I, Suryati, Johariyah, Rosinah, Sumarni, Widari, Sodirin, Rohmad, Birin, Mahfud Sono. Pengembangan Pasar Tanjung.(Rabu s/d Kamis, 24 Mei -08 Juni 2017)

No.	Nama	Pendidikan	Usia	Produk	LamaBe kerja	Pendapatan (Sebelum Program Revitalisasi)/ Hari	Pendapatan (setelah Program Revitalisasi, dll) / Hari	Dampak peningkatan pendapatan
								bertambah dan menjual sayur mayur juga.

IAIN JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan beberapa hasil interview dan temuan selama melakukan penelitian sebagaimana yang dikemukakan dalam bab terdahulu, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dalam ragam strategi pengembangan di pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan pedagang dapat diketahui ada penambahan jumlah dengan program revitalisasi , penambahan fungsi dengan program pembangunan koperasi, perluasan pasar dengan promo pasar dimana masing strategi ini terdapat program-program yang memberikan peningkatan pendapatan bagi para pedagang.
2. Analisis strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan pedagang para pedagang bahwa pasar Tanjung memiliki beberapa kekuatan yaitu dengan program-programnya sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang di pasar Tanjung.
3. Pelaksanaan program-program yang di pasar Tanjung tidak lepas dari pemerintah daerah sebagai pengelola ini didasarkan bahwa pasar Tanjung adalah milik daerah dan pelaksanaannya juga sudah diatur oleh pemerintah.

B. Saran-saran

Sesuai dengan temuan serta tujuan dan manfaat penelitian ini maka dikemukakan saran-saran sebagai acuan dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Pemerintah mampu mengambil keputusan yang tepat ketika pasar tradisional mengalami penurunan peningkatan pendapatan bagi para pedagang
2. Pemerintah mampu memberikan program-program yang tepat sasaran agar di dalam peningkatan pendapat pedagang dapat mengalami peningkatan.
3. Penelitian selanjutnya mampu mengembangkan penelitian ini lebih spesifik dalam strategi pengembangan Pasar Tanjung dalam meningkatkan peningkatan pendapatan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Lia, 2007. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Aminudin Aziz, Fathul. 2012. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Ariyanti, Fiki. "pasar tanjung", <http://m.liputan6.com/bisnis/kondisi-memprihatinkan-pasar-tanjung-jember-siap-berganti-wajah.html>. (16 Maret 2017).
- Asa Nugroho, Bani Astiti, Nurcahyanto, Herbasuki. "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang". Jurnal. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Assauri, M.B.A, DR. Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Djamal, M. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hubeis, Musa. Najib, Mukhamad. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Komaruddin. 1990. *Menejemen Berdasarkan Sasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. W. Bakowatun, Terj. Wilhelmus. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Lestari, Cinta, "Pengertian Analisis", <http://pengertianbahasa.blogspot.com./pengertian-analisis.html>. (02 Februari 2013).
- Mardalis. 2009. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhardi, 2007. *Strategi Operasi*. Yogyakarta: Garha Ilmu
- Muljono, Djoko. 2012. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi
- Mutakin, Firman, 2005. *Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*. Jakarta: Puska Dagri
- Nikmah, Rohmatun, Qosjim, Ach. Adenan, M. 2015. *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asebagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asebagus Kabupaten Situbondo*. Jember: Jurnal. Universitas Jember.

- Nordhaus, Samuelson. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi Terj. Nur Rosyidah*. Jakarta: MediaGlobal Edukasi.
- Perdagangan, Kementrian .2015. "*Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*". Jurnal. Jakarta: Kebijakan Perdagangan dalam Negeri
- RI, PERPRES.No. 112 Tahun2007.tentang *Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan PasarTradisional*.Jakarta: Perpes.
- Sabariah, Etika. 2016. *Manajemen Strategis*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*.Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, 2013.*Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* Bandung: Alfabeta
- Sjafrizal. 2008.*Ekonomi Regional*. Jakarta: Niaga Swadaya.
- Sule Ernie, Tisnawati.Saefullah, 2005.*Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media
- Sumodiningrat, Gunawan, 1998. *Membangun Perekonomian Rakyat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Susanti, Dwi.Putra Dermawan, Dwi, NW. Astiti, Sri.2013.*Strategi pengembangn pasar tradisional di Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur*".Jurnal. Bali: Univeritas Udayana.
- Tim Penyusun IAIN. 2013.*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember:IAINJember Press.
- Tjiptoerijanto,Prijino, 1997.*Prospek Perekonomian Indonesia dalam Rangka Globalisasi*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Tregoe, Benjamin, 1980.*Strategi Manajemen*. Jakarta:Erlangga
- Usman, Husaini.2004. *Manajemen Teori, Praktek dan Risat Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Tim Penyusun UPT. 2012. *Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. Jember:Unit Pasar Tanjung
- Winardi, J.2015. *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change) Edisi Pertama* .Jakarta:Kencana Prenada Media Grup.
- .Dindra, Ahmad"Pedagang".<https://id.wikipedia.org/wiki/>(27 April 2017)
- “.Pasar Tanjung”.<http://Desperindag.sumutprov.go.id/>(07 Maret 2014).



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Lia, 2007. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Aminudin Aziz, Fathul. 2012. *Manajemen Dalam Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Ariyanti, Fiki. "pasar tanjung", <http://m.liputan6.com/bisnis/kondisi-memprihatinkan-pasar-tanjung-jember-siap-berganti-wajah.html>. (16 Maret 2017).
- Asa Nugroho, Bani Astiti, Nurcahyanto, Herbasuki. "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang". Jurnal. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Assauri, M.B.A, DR. Sofjan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Djamal, M. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hubeis, Musa. Najib, Mukhamad. 2014. *Manajemen Strategik dalam Pengembangan Daya Saing Organisasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Komaruddin. 1990. *Menejemen Berdasarkan Sasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary. W. Bakowatun, Terj. Wilhelmus. 1996. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Lestari, Cinta, "Pengertian Analisis", <http://pengertianbahasa.blogspot.com./pengertian-analisis.html>. (02 Februari 2013).
- Mardalis. 2009. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muhardi, 2007. *Strategi Operasi*. Yogyakarta: Garha Ilmu
- Muljono, Djoko. 2012. *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: Andi
- Mutakin, Firman, 2005. *Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*. Jakarta: Puska Dagri
- Nikmah, Rohmatun, Qosjim, Ach. Adenan, M. 2015. *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Asebagus Terhadap Pendapatan Pedagang dan Kepuasan Konsumen di Pasar Asebagus Kabupaten Situbondo*. Jember: Jurnal. Universitas Jember.
- Nordhaus, Samuelson. 2003. *Ilmu Mikro Ekonomi Terj. Nur Rosyidah*. Jakarta: Media Global Edukasi.

- Perdagangan, Kementrian .2015. "*Laporan Akhir Analisis Arah Pengembangan Pasar Rakyat*". Jurnal. Jakarta: Kebijakan Perdagangan dalam Negeri
- RI, PERPRES.No. 112 Tahun2007.tentang *Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan PasarTradisional*.Jakarta: Perpes.
- Sabariah, Etika. 2016. *Manajemen Strategis*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Sukirno, Sadono. 2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*.Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, 2013.*Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*
Bandung: Alfabeta
- Sjafrizal. 2008.*Ekonomi Regional*. Jakarta: Niaga Swadaya.
- Sule Ernie, Tisnawati.Saefullah, 2005.*Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media
- Sumodiningrat, Gunawan, 1998. *Membangun Perekonomian Rakyat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Susanti, Dwi.Putra Dermawan, Dwi, NW. Astiti, Sri.2013.*Strategi pengembangn pasar tradisional di Kertha, Desa Kesiman Kertalungu, Kecamatan Denpasar Timur*".Jurnal. Bali: Univeritas Udayana.
- Tim Penyusun IAIN. 2013.*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember:IAINJember Press.
- Tjiptoerijanto,Prijino, 1997.*Prospek Perekonomian Indonesia dalam Rangka Globalisasi*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Tregoe, Benjamin, 1980.*Strategi Manajemen*. Jakarta:Erlangga
- Usman, Husaini.2004. *Manajemen Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Tim Penyusun UPT. 2012. *Sistematika Profil Pasar Tanjung Kabupaten Jember*. Jember:Unit Pasar Tanjung
- Winardi, J.2015. *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change) Edisi Pertama* .Jakarta:Kencana Prenada Media Grup.
- .Dindra, Ahmad"Pedagang".<https://id.wikipedia.org/wiki/>(27 April 2017)
- “.Pasar Tanjung”.<http://Desperindag.sumutprov.go.id/>(07 Maret 2014).

BIODATA PENULIS



Data pribadi

Nama : Siti Arifah
Jeniskelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Jember, 11 November 1992
Agama : Islam
Alamat : Jl. Banyuwangi No. 146 Mayang- Jember
No. Telp : 082331472133

Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN SUMBER KEJAYAN 02 : Lulus 2006
2. SMP 1 SILO : Lulus 2008
3. MA AL- QODIRI : Lulus 2013
4. IAIN JEMBER : Lulus 2017

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 24 Oktober 2017

(Siti Arifah)



DAFTAR PENDAPATAN RETRIBUSI PASAR UMUM

UNIT : PASAR TANJUNG
BULAN : OKTOBER 2016
MINGGU : KE - IV (Empat)

No. TS	Tgl. TS	Masa Pendapatan	Ret. Pelayanan Pasar Pelataran	Ret. Pelayanan Los	Ret. Pelayanan Kios Murni	Ret. Pelayanan Kios Tunggakkan	Sewa Gudang	Jumlah (Rp)
	25/10/2016	24/10/2016	985,000	652,000	5,954,279	-	-	7,591,279
	26/10/2016	25/10/2016	981,000	625,000	2,596,030	-	-	4,202,030
	27/10/2016	26/10/2016	985,000	652,000	4,992,700	-	-	6,629,700
	28/10/2016	27/10/2016	884,000	608,000	3,030,950	-	-	4,522,950
	31/10/2016	28/10/2016	895,000	621,000	-	-	-	1,516,000
	31/10/2016	29/10/2016	985,000	652,000	15,193,648	-	-	16,830,648
	31/10/2016	30/10/2016	981,000	645,000	-	-	-	1,626,000
JUMLAH MINGGU INI			6,696,000	4,455,000	31,767,607	-	-	42,918,607
JUMLAH MINGGU LALU			23,325,000	15,412,000	14,337,092	-	-	53,084,092
JUMLAH S/D MINGGU KE - IV			30,021,000	19,867,000	46,104,699	-	-	95,998,700

Jember, 31 Oktober 2016

Catatan :
Target Retribusi Pelayanan Pasar Pelataran Rp 285,000,000
Target Retribusi Pelayanan Pasar Los Rp 185,000,000
Target Retribusi Pelayanan Pasar Kios Murni Tunggakkan Rp 624,000,000
Pendapatan Tgl. 01-01-2016 s/d 30-10-2016 Rp 927,397,400

Jember, 31 Oktober 2016
PEMERINTAH KOTA JEMBER
DINAS PASAR
UMUM PASAR TANJUNG
JEMBER
M. JEMBERUNARSO
NIP. 196101141989081001



DAFTAR PENDAPATAN RETRIBUSI PASAR UMUM

UNIT : PASAR TANJUNG
BULAN : SEPTEMBER 2016
MINGGU : KE - IV (Empat)

No. TS	Tgl. TS	Masa Pendapatan	Ret. Pelayanan Pasar Pelataran	Ret. Pelayanan Los	Ret. Pelayanan Kios Murni	Ret. Pelayanan Kios Tunggalan	Sewa Gudang	Jumlah (Rp)
	27/09/2016	26/09/2016	985,000	652,000	3,257,472	-	-	4,894,472
	28/09/2016	27/09/2016	980,000	652,000	4,374,681	-	-	6,006,681
	29/09/2016	28/09/2016	975,000	652,000	10,682,895	-	-	12,309,895
	30/09/2016	29/09/2016	975,000	652,000	15,567,434	-	-	17,194,434
UMILAH MIINGGU INI								
			3,915,000	2,608,000	33,882,482	-	-	40,405,482
UMILAH MIINGGU LALU								
			23,188,000	15,315,000	18,048,308	244,800	-	56,796,108
UMILAH S/D MIINGGU KE - IV								
			27,103,000	17,923,000	51,930,790	244,800	-	97,201,590

catatan :
target Retribusi Pelayanan Pasar Pelataran Rp 285,000,000
target Retribusi Pelayanan Pasar Los Rp 185,000,000
target Retribusi Pelayanan Pasar Kios Murni Tunggalan Rp 624,000,000
Pendapatan Tgl. 01-01-2016 s/d 29-09-2016 Rp 831,404,701

Jember, 03 Oktober 2016
MANTRI PASAR TANJUNG
DINAS PASAR
UNIT PASAR TANJUNG
JEMBER
NIP. 196101141989081001



DAFTAR PENDAPATAN RETRIBUSI PASAR UMUM

UNIT : PASAR TANJUNG
BULAN : MEI 2016
MINGGU : KE - IV akhir (Empat akhir)

No.TS	Tgl. TS	Masa Pendapatan	Ret.Pelayanan Pasar Pelataran	Ret.Pelayanan Los	Ret.Pelayanan Kios Murni	Ret.Pelayanan Kios Tunggalakan	Sewa Gudang	Jumlah (Rp.)
	31/05/2016	30/05/2016	781,000	507,000	8,944,132	-	-	10,232,132
IMLAH MINGGU LALU			23,787,000	15,518,000	42,456,771	-	-	81,761,771
IMLAH S/D MINGGU KE - IV akhir			24,568,000	16,025,000	51,400,903	-	-	91,993,903

Itatan:

Irget Retribusi Pelayanan Pasar Pelataran Rp 285,000,000
Irget Retribusi Pelayanan Pasar Los Rp 185,000,000
Irget Retribusi Pelayanan Pasar Kios Murni Tunggalakan Rp 624,000,000
Pendapatan Tgl. 01-01-2016 s/d 31-05-2016 Rp 449,261,930

Jember, 31 Mei 2016
MANTRI PASAR TANJUNG
DINAS PASAR
UNIT PASAR TANJUNG
SUNARSO
NIP. 196101141989081001



DAFTAR PENDAPATAN RETRIBUSI PASAR UMUM

UNIT : PASAR TANJUNG
BULAN : DESEMBER 2016
MINGGU : KE - IV (Empat)

No.TS	Tgl. TS	Masa Pendapatan	Ret.Pelayanan Pasar Pelataran	Ret.Pelayanan Los	Ret.Pelayanan Kios Murni	Ret.Pelayanan Kios Tunggalan	Sewa Gudang	Jum (Rp)
	27/12/2016	23/12/2016	465,000	313,000	-	-	-	
	27/12/2016	24/12/2016	464,000	296,000	16,635,482	-	-	17
	27/12/2016	25/12/2016	459,000	298,000	-	-	-	
	27/12/2016	26/12/2016	419,000	291,000	-	-	-	
	28/12/2016	27/12/2016	423,000	290,000	11,996,694	-	-	12
	29/12/2016	28/12/2016	423,000	291,000	5,624,779	-	-	6
	30/12/2016	29/12/2016	424,000	290,000	2,233,970	-	-	2
	31/12/2016	30/12/2016	424,000	290,000	2,134,748	-	-	2
	31/12/2016	31 siang/12/2016	64,000	176,000	-	-	-	
JUMLAH MINGGU INI			3,565,000	2,535,000	38,625,673	-	-	44
JUMLAH MINGGU LALU			11,947,000	8,026,000	16,597,385	-	-	36
JUMLAH S/D MINGGU KE - IV			15,512,000	10,561,000	55,223,058	-	-	81

Catatan :

Target Retribusi Pelayanan Pasar Pelataran Rp 285,000,000

Target Retribusi Pelayanan Pasar Los Rp 185,000,000

Target Retribusi Pelayanan Pasar Kios Murni Tunggalan Rp 624,000,000

Pendapatan Tgl. 01-01-2016 s/d 31-12-2016 Rp 1,101,346,750

(silang)

31 Desember 2016
DINAS PASAR
UNIT PASAR TANJUNG
MANTRI PASAR TANJUNG
SUNARSO

Wawancara keamanan bapak Bura'I dan fasilitas yang ada di pasar Tanjung



Inteview Bapak Burai saat di lapangan terkait program-program di pasar Tanjung dan keamanan
26 April 2017

IAIN JEMBER

PEDAGANG DI PASAR TANJUNG



Interview bapak Sulaiman pedagang Ikan sapi tentang pendapatan 23 Mei 2017.



Interview Bapak Suki pedagang ayam potong di Pasar Tanjung tentan pendapatan 22 Mei 2017

PRODUK



Produk bervariasi yang di Perjual Belikan di pasar Tanjung 24 Mei 2017



Produk yang di perjual belikan maih segar 24 Mei 2017

Produk



Produk yang di perjual belikan di pasar Tanjung 26 Mei 2017



Produk yang di perjual belikan di pasar Tanjung 26 Mei 2017

Pedagang Ikan Dan Arloji



Interview ibu siti pedagang Ikan terkait pendapatan 7 Mei 2017



Interview bapak Imam Pedagang Arloji (IKPAR) 03 Mei 2017

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
1	2	3	4	5	6	7
ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PARA PEDAGANG	<p>1. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional</p> <p>2. Pendapatan Para Pedagang</p>	<p>1. Strategi Pengembangan</p> <p>a. Penambahan Jumlah</p> <p>b. Penambahan Fungsi</p> <p>c. Perluasan Pasar</p> <p>2. Pendapatan</p>	<p>a. Program Revitalisasi</p> <p>b. Program Pendirian Koperasi</p> <p>c. Promo Pasar</p> <p>a. Peningkatan Laba</p>	<p>1. Data primer</p> <p>2. Data sekunder</p>	<p>1. Metode Deskriptif</p> <p>2. Pendekatan Penelitian Kualitatif</p> <p>3. Jenis Penelitian Lapangan</p> <p>4. Teknik Pengumpulan Data</p> <p>a. Observasi Deskriptif</p> <p>b. Wawancara (interview)</p> <p>- Interview terbuka</p> <p>- Interview secara lisan</p> <p>c. Metode Dokumen</p> <p>5. Keabsahan Data</p> <p>a. Uji Kredibilitas dengan Teknik Triangulasi Sumber</p> <p>6. Tahap-tahap Penelitian</p> <p>a. Memasuki Lapangan</p> <p>b. Selama di lapangan</p> <p>c. Selesai dilapangan</p> <p>d. Tahap Penulisan Laporan</p>	<p>1. Apa saja ragam strategi pengembangan pasar Tanjung dalam meningkatkan pendapatan para pedagang ?</p> <p>2. Bagaimana analisis strategi pengembangan pasar tradisional ?</p> <p>3. Bagaimana pelaksanaan program pengembangan Pasar Tanjung?</p>



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan Letjen S Parman No. 89 ■ 337853 Jember

Kepada
Yth. Sdr. Kepala Dinas Perindustrian dan
Perdagangan Kab. Jember
di -

TEMPAT

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 072/2679/314/2017

Tentang

PENELITIAN

- perhatikan :
1. Peraturan Daerah Kabupaten Jember No. 6 Tahun 2012 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Jember
 2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penertiban Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember.
- perhatikan : Surat Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Jember tanggal 10 April 2017 Nomor : B-/In.20/7.a/PP.00.9/2017 perihal Penelitian

MEREKOMENDASIKAN

- a / NIM. : Siti Arifah 083134146
- nsi : Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam IAIN Jember
- at : Jl. Banyuwangi 146 Mayang -Jember
- rluan : Melaksanakan Penelitian untuk penyusunan Skripsi tentang :
"Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang (Studi Kasus Pasar Tanjung Kab. Jember)".
- si : Pasar Tanjung Kabupaten Jember
- u Kegiatan : April s/d Juli 2017

Apabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara beri bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud.
Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan
tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik

Jika situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.
Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember
Tanggal : 18-04-2017

An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK
KABUPATEN JEMBER
Kabid. Kajian Strategis dan Politik

ACHMAD DAVID H., S.Sos

Pegata Tk. I

NIP. 19690912 199602 1 001

- busan :
Sdr. : 1. Dekan FEBI IAIN Jember;
2. Yang Bersangkutan.



**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN**

Unit Pasar Tanjung

Jl. Samanhudi 442B Jember (68131/68137) – Telp. (0331 - 488865)

SURAT KETERANGAN

Nomor : 800 /17/35.09.331.01/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SUNARSO
Nip : 196101141989081001
Jabatan : Bendahara penerimaan pembantu

Menerangkan bahwa :

Nama : Siti Arifah
Nim : 083134146
Fakultas : Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember

Yang bersangkutan telah melaksanakan Penelitian Pengambilan Data pada Unit Pasar Tanjung terhitung dari tanggal April 2017 s/d Juli 2017 dengan judul :

“ Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang Pasar Tanjung Jember “

Demikian surat keterangan ini untuk menjadikan periksa

Jember , 24 Juli 2017

MANTRI PASAR TANJUNG

SUNARSO

Nip. 196101141989081001



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

: B-452/In.20/7.a/PP.00.9/04/2017.
: 1 (satu)
: **Permohonan Izin Penelitian Skripsi**

Kepada:

Yth. Kepala Dinas (UPT) Unit Pasar Tanjung

Di Jember

Assalamu'alaikum Warahmatuallah. Wabarakatuh.

Diberitahukan dengan hormat bahwa untuk penyelesaian Program

Sarjana S-1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, mohon berkenan kepada Bapak/Ibu pimpinan untuk memberikan izin penelitian mulai April 2017 sampai Juli 2017 . Sedangkan seluruh mekanisme pelaksanaan Penelitian tersebut diberikan kewenangan sepenuhnya kepada mahasiswa untuk mengikuti aturan yang berlaku di lembaga yang bapak/Ibu pimpin. Adapun data mahasiswa , sebagaimana terlampir.

Nama : Siti Arifah
NIM : 083134146
Semester : 8 (Delapan)
Prodi : Ekonomi Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Alamat : Jl. Banyuwangi No.146
No TLP : 082331472133
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Para Pedagang (Studi Kasus Pasar Tanjung Kab. Jember)

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

Wassalamu'alaikum Warahmatuallah. Wabarakatuh.

Jember, 10 April 2017

an. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik
Cabang Lembaga



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

NIP. 195308301999031002