

**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL  
UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN  
PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR KALISAT  
KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**



Oleh :

**Romdan Wahyudi  
NIM : E20192139**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
NOVEMBER 2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL  
UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN PENDAPATAN  
PEDAGANG DI PASAR KALISAT KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

**Romdan Wahyudi**  
**NIM : E20192139**

Disetujui Pembimbing :



**Dr. Moh. Haris Balady, S.E., M.M**  
**NIP. 1979071320233211007**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL  
UNTUK MENINGKATKAN KEPUASAN DAN PENDAPATAN  
PEDAGANG DI PASAR KALISAT KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

Telah diuji untuk memenuhi salah satu  
Persyaratan Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)  
Fakultas Ekonomi Bisnis Islam  
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Senin

Tanggal : 18 November 2024

Tim Penguji



Ketua

Sekretaris

  
Dr. H. Fauzan, S.Pd., M.Si.  
197403122003121008

  
M. Daud Rhosyidy, M.E.  
1981070220232110031

Anggota:

1. Siti Indah Purwaning Yuwana., S.Si., M.M. 
2. Dr. Moh Haris Balady, M.M. 

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



  
Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.  
197507021998032002

## MOTTO

اللَّهُ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ وَفَرِحُوا بِالْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا فِي الْآخِرَةِ إِلَّا مَتَاعٌ  
[الرعد: ٢٦-٢٦]

Artinya: Allah meluaskan rezeki dan menyempitkannya bagi siapa yang Dia kehendaki. Mereka bergembira dengan kehidupan di dunia, padahal kehidupan dunia itu (dibanding dengan) kehidupan akhirat, hanyalah kesenangan (yang sedikit). [Ar Ra'd:26]<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, Al-Qura'an dan terjemah Surah Ar ra'd Ayat 26.

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah tiada kata selain yang pantas diucapkan selain rasa syukur kepada Allah SWT, dengan rasa bahagia peneliti mempersembahkan skripsi ini sebagai ungkapan hormat dan cinta kasih sayang tulus kepada :

1. Kedua orang tua tercinta Bapak dan Ibunda yang sangat peneliti sayangi, yang membesarkanku, mendidiku, selalu mendoakanku tiada henti, memberi kasih sayang begitu luar biasa kepada saya, memberikanku kepercayaan serta dukungan dalam keberhasilan menyelesaikan studi di UIN KHAS Jember.
2. Untuk seluruh keluarga besarku yang sudah memberi banyak dukungan dan motivasi, sehingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Kepada teman-temanku yang ikut menolong, mendoakan serta memberi semangat di setiap proses pembuatan skripsi ini.
4. Kampusku tercinta UIN KHAS Jember, tempatku menimba ilmu, yang telah memberiku banyak ilmu pengetahuan

Penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih atas pengorbanan waktu dan tenaga kalian, semoga apa yang kalian berikan dibalas kebaikannya oleh Allah SWT, dan semoga kita termasuk kedalam golongan hamba-hamba yang beruntung.

## KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah atas rahmat dan karunianya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi sebagai salah satu syarat penyelesaian program sarjana, dapat terselesaikan dengan lancar. Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.,Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. Sofiah, M.E. selaku Ketua Program Studi Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Dr. Moh. Haris Balady, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian
6. Semua pihak yang telah membantu dan tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga seluruh kebaikan serta pertolongannya dibalas oleh Allah SWT.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak. Penulis menyadari bahwa penyusun masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu kritik dan saran penulis perlukan untuk evaluasi dalam penulisan skripsi ini.

## ABSTRAK

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Romdan Wahyudi, Moh. Haris Balady 2019** : *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Kalisat Kabupaten Jember.*

Pembangunan ekonomi adalah proses yang mengarah pada peningkatan pendapatan penduduk atau masyarakat. Jika peningkatan pendapatan mencerminkan peningkatan kesejahteraan ekonomi rakyat, maka tujuan pembangunan ekonomi harus dilihat sebagai proses multidimensi yang melibatkan perubahan mendasar dalam struktur sosial, sikap masyarakat, dan institusi negara, termasuk memberantas kemiskinan, menyediakan lapangan kerja, pendidikan yang lebih baik, meningkatkan kesehatan, memperbaiki kondisi lingkungan, kesempatan yang sama, pemerataan kebebasan pribadi, dan kehidupan budaya segar, selain mengejar percepatan pertumbuhan ekonomi dan mengatasi ketimpangan pendapatan. Perdagangan adalah aktivitas yang paling umum di pasar. Untuk itu, Al-Qur'an menyoroti operasi pasar dengan sejumlah rambu-rambu dan aturan main, dengan tujuan agar dapat menegakkan keadilan untuk kepentingan semua pihak, baik secara individu maupun kolektif. Al-Qur'an juga menjelaskan bahwa para pedagang tidak akan kehilangan kejayaan atau pamornya ketika melakukan kegiatan ekonomi di pasar.

Fokus penelitian ini adalah : 1. Bagaimanakah pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan Kepuasan Dan pendapatan pedagang Di Pasar Kalisat Desa Kalisat ? 2. Bagaimana analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Kalisat Desa Kalisat Tahun 2023 ?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, 1. Untuk mengetahui pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang di pasar Kalisat Desa Kalisat. 2. Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan kepuasan dan Pendapatan Pedagang di pasar Kalisat Desa Kalisat tahun 2023.

Bahwa secara umum program pengembangan di pasar Kalisat 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, Kepuasan Dan Pendapatan.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN TIM PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian .....	8
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	8
D. Definisi Istilah.....	8
E. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN .....</b>	<b>14</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	14
B. Kajian Teori .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>65</b>
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	65
B. Lokasi Penelitian.....	66



C.	Subjek Penelitian.....	67
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	67
E.	Analisis Data.....	71
F.	Keabsahan Data.....	71
G.	Tahap-Tahap Penelitian .....	72
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>		<b>74</b>
A.	Gambaran Dan Objek Penelitian.....	74
B.	Penyajian Data Dan Analisis Data .....	77
C.	Pembahasan Temuan.....	87
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>101</b>
A.	Kesimpulan .....	101
B.	Saran.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>103</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		
Lampiran 1	: Matriks Penelitian	
Lampiran 2	: Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran 3	: Pedoman Wawancara	
Lampiran 4	: Surat Izin Penelitian	
Lampiran 5	: Surat Selesai Penelitian	
Lampiran 6	: Surat Keterangan Lulus Plagiasi	
Lampiran 7	: Surat Selesai Bimbingan Skripsi	
Lampiran 8	: Dokumentasi	
Lampiran 9	: Biodata Penulis	



## DAFTAR TABEL

No.	Uraian	Hal.
2.1	Penelitian Terdahulu .....	23

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Cita-cita bangsa adalah mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur, termasuk Indonesia, dan untuk mewujudkan cita-cita tersebut pembangunan harus dicapai melalui pembangunan. Pemerintah bermaksud untuk meningkatkan kemakmuran masyarakat secara bertahap dan terus menerus yaitu meningkatkan konsumsi dengan cara meningkatkan produksi, karena pendapatan yang lebih tinggi sangat bergantung pada produktivitas yang lebih tinggi, dan pendapatan yang lebih tinggi sangat bergantung pada konsumsi yang lebih tinggi. Sebagai subjek ekonomi, secara teoritis setiap anggota masyarakat harus berpartisipasi dalam proses pembangunan.<sup>2</sup>

Pembangunan ekonomi adalah proses yang mengarah pada peningkatan pendapatan penduduk atau masyarakat. Jika peningkatan pendapatan mencerminkan peningkatan kesejahteraan ekonomi rakyat, maka tujuan pembangunan ekonomi harus dilihat sebagai proses multidimensi yang melibatkan perubahan mendasar dalam struktur sosial, sikap masyarakat, dan institusi negara, termasuk memberantas kemiskinan, menyediakan lapangan kerja, pendidikan yang lebih baik, meningkatkan kesehatan, memperbaiki kondisi lingkungan, kesempatan yang sama, pemerataan kebebasan pribadi, dan kehidupan budaya segar, selain mengejar percepatan pertumbuhan

---

<sup>2</sup> Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007). 139.

ekonomi dan mengatasi ketimpangan pendapatan.<sup>3</sup>

The National Training Laboratory Institute menyatakan bahwa pengembangan organisasi berupaya mencocokkan tujuan dan sasaran organisasi dengan kebutuhan individu untuk pertumbuhan dan perkembangan dalam rangka meningkatkan efektivitas perusahaan dengan menerapkan informasi dan metode ilmu perilaku.

Menurut pernyataan ini, organisasi dapat dilihat sebagai pasar yang ingin tumbuh dengan bantuan pemerintah, khususnya melalui kebijakan revitalisasi pasar, dan bukan hanya melalui peningkatan kenyamanan yang terlihat dari luar. Namun, perhatian harus diberikan pada tanggapan petugas pasar, konsistensi tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dalam hal pemantauan dan evaluasi proyek. Hanya dengan cara ini tujuan dapat dicapai secara efektif dan memuaskan.

Kalimat-kalimat yang berkaitan dengan perencanaan pembangunan seringkali tidak mendapat perhatian serius saat meninjau produk kerja. Pentingnya kegiatan yang strategis tidak pernah mendapat perhatian sebanyak perhatian dari pemeriksa seperti halnya manajemen implementasi. Petani akan dididik untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi, tetapi mereka akan mengabaikannya dalam banyak hal selama konsumen tidak peduli dengan kualitas barang petani. Demikian pula, jangan berharap perencanaan pembangunan kita menggunakan statistik sebagai dasar perencanaannya jika sikap pengawas pembangunan tetap sama. Proses perencanaan pada akhirnya

---

<sup>3</sup> Tisnawati Sule Ernie & Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2005), 15.

akan dipengaruhi oleh alur pemikiran yang logis. Tentu saja, rencana seperti itu akan sangat rapuh dalam situasi ekonomi yang tidak menentu ini. Oleh karena itu, proses audit keuangan dan pembangunan yang telah dilakukan selama ini memerlukan perubahan struktural.<sup>4</sup>

Di banyak negara berkembang, perencanaan pembangunan sering kali berfungsi lebih sebagai pernyataan kebijakan yang menguraikan tujuan pembangunan yang diinginkan daripada sebagai model tindakan yang mungkin dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Akibatnya, materi yang dihasilkan sering kali tidak konsisten dan tidak sesuai dengan skala prioritas tujuan.<sup>5</sup> Pendekatan pengembangan organisasi dapat dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi organisasi.

Dengan cara ini, pertumbuhan yang berkelanjutan diharapkan, dan kemampuan organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan serta pertumbuhan yang berkelanjutan harus berada dalam kendali organisasi. Upaya ini adalah tentang upaya untuk menghilangkan kecanduan dan meningkatkan kemandirian dalam pengambilan keputusan

Aktivitas yang paling banyak terjadi di pasar adalah jual beli. Demi menjaga keadilan demi kemaslahatan semua pihak, baik secara individu maupun kolektif, Al-Qur'an menekankan aktivitas pasar dengan berbagai indikator dan aturan mainnya. Al-Qur'an juga menjelaskan bahwa para pedagang tidak akan kehilangan kejayaan atau pamornya ketika melakukan

---

<sup>4</sup> Djoko Sudantoko, *Dilema Otonomi Daerah* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 101-103.

<sup>5</sup> Rustam Kamaludin, *Pengantar Ekonomi Pembangunan* (Jakarta: FEUI, 2011), 162.

kegiatan ekonomi di pasar.<sup>6</sup> Sesuai dengan apa yang di firman Allah SWT:

Dan Kami tidak mengutus utusan sebelum kamu, tetapi mereka makan makanan dan berjalan-jalan di pasar, dan Kami jadikan sebagian dari kamu sebagai ujian bagi yang lain. Apakah Anda akan bersabar ? dan Tuhanmu Maha Mengetahui.<sup>7</sup> Pasar merupakan kekuatan utama di balik aktivitas ekonomi. Dengan mempertemukan pembeli dan penjual, pasar dapat memfasilitasi pertukaran produk dan layanan serta penetapan harga. Pertemuan pembeli dan penjual, baik di satu lokasi maupun di lokasi terpisah, merupakan prasyarat utama terbentuknya pasar. Selain itu, pasar dapat dijadikan sebagai katalis hubungan “transendental” dengan Tuhan, atau dengan kata lain, bertransaksi di pasar adalah “pemujaan” kehidupan ekonomi.<sup>8</sup>

Salah satu pasar tradisional yang mengalami penurunan daya beli dan minat pembeli adalah Pasar Kalisat Kabupaten Jember. Pasar ini dikenal sebagai pusat perbelanjaan yang ramai dengan berbagai produk seperti pakaian, makanan, dan kebutuhan sehari-hari. Namun, pasar Kalisat mengalami penurunan pengunjung dan penurunan omzet pedagang dalam beberapa tahun terakhir.

Padahal situasi saat ini lebih karena perhatian pemerintah terhadap ruang publik, seperti pasar tradisional. Pasar tradisional identik dengan tempat yang kotor, bau tidak sedap, dan karakteristik lain yang sama dengan daerah

---

<sup>6</sup> Mustafa Edwin Nasution, *dkk, Pengenalan Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 158

<sup>7</sup> Al Quran, 25/20

<sup>8</sup> Ikhwan Abidin Basri, *Menguak Pemikiran Ekonomi Ulama Klasik* (Jakarta: Aqwam, 2007), 132.

kumuh. Terlepas dari apakah pasar modern lebih bersih atau tidak, pasar lama tetap perlu dikelola dan dirawat. Hal ini tidak lagi berlaku, dan istilah baru kebangkitan pasar telah muncul. Padahal, itu hanya menunjukkan ketidakpedulian pemerintah selama ini. Pengembangan pasar tidak mudah. Kebangkitan suatu pasar memerlukan biaya yang sangat besar. Kebangkitan berarti suatu proses, cara dan kegiatan untuk menghidupkan kembali sesuatu yang sebelumnya tidak terkelabui. Padahal, revitalisasi berarti sesuatu atau kegiatan menjadi penting.<sup>9</sup>

Selain itu, karena pedagang dikenakan pungutan yang lebih besar di beberapa daerah, perluasan pasar sering kali dianggap sebagai marginalisasi pedagang lama. Akibatnya, beberapa pedagang tua bahkan disingkirkan karena tidak mampu membayar pungutan, alih-alih meningkatkan kesejahteraan. Oleh karena itu, strategi ini perlu mendapat perhatian lebih agar efektivitasnya dapat dimaksimalkan.

Kesejahteraan masyarakat sekitar, khususnya para pelaku ekonomi yang berjualan di pasar, akan sangat terganggu apabila pasar tradisional tidak difungsikan secara optimal karena merupakan salah satu penopang perekonomian daerah.

Berdasarkan Peraturan Bupati Nomor 5 tahun 2016 tentang perlindungan pasar rakyat dan penataan pasar modern, menyatakan meliputi pelaksanaan peraturan daerah, pedoman, pengendalian, dan pemantauan kegiatan pasar, serta peningkatan pelayanan bagi pedagang yang memanfaatkan sarana pasar

---

<sup>9</sup> Riskintasetepu, 'Pengertian Revitalisasi', Dalam <https://brainly.co.id/tugas/396926>, diambil tanggal 18 Februari 2020, pukul 13.34 Wib

untuk menjalankan usahanya. Dengan menciptakan sarana pasar yang dapat memperlancar penyelenggaraan kegiatan jual beli yang aman dan nyaman, peraturan bupati ini bertujuan untuk memberikan pelayanan bagi masyarakat.<sup>10</sup>

Tujuan utama setiap kebijakan negara berkembang mewujudkan kesejahteraan dan kemakmuran bagi seluruh warga negara. Pemerintah membangun berbagai infrastruktur dan fasilitas guna memenuhi tujuan pembangunan nasional. Pemerintah Kabupaten Kalisat tengah membangun dan merenovasi sejumlah fasilitas umum di Kabupaten Jember sesuai dengan Rencana Strategis dan tahapan pembangunan daerah. Berbeda dengan pasar Kalisat yang memang tidak seperti pasar pemerintah pada umumnya, pasar kalisat yang dikelola oleh pihak pihak perorangan dan dibantu para masyarakat sekitar diperbaiki atau direvitalisasi oleh pihak pimpinan pasar dengan bantuan masyarakat yang bertujuan membawa dampak kepuasan dan meningkatnya pendapatan bagi para pelaku usaha yang berjualan di Pasar Kalisat. Pasar Kalisat Desa Kalisat terletak pada posisi yang strategis yaitu di pinggir jalan utama untuk akses yang mudah dijangkau menjadikan pasar Kalisat menjadi suatu sasaran pembeli yang akan berbelanja di pasar tersebut. Keberadaan yang cukup jauh dengan pusat perkotaan menjadikan pasar kalisat menjadi pilihan utama bagi para pengunjung untuk berbelanja memenuhi kebutuhan sehari-hari di pasar Kalisat.

Dan penelitian sebelumnya telah dilakukan tentang strategi

---

<sup>10</sup> PERDA kabupaten Bangkalan nomor 5 tahun 2016 tentang *Perlindungan Pasar Tradisional dan penataan pasar modern*.



pengembangan pasar tradisional di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Suryadi pada tahun 2014 menunjukkan bahwa peningkatan fasilitas dan pelayanan di pasar tradisional dapat meningkatkan minat pembeli dan kepuasan pedagang. Penelitian tersebut juga menyarankan penggunaan teknologi informasi seperti aplikasi mobile untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memudahkan transaksi. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Sakur Tahun 2020 menunjukkan bahwa promosi yang tepat dan peningkatan kualitas produk dapat meningkatkan minat pembeli dan omset pedagang di pasar tradisional.

Dari hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pasar tradisional dapat dilakukan 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 meningkat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Untuk itu dan berdasarkan latar belakang peneliti tertarik mengambil judul yang akan diteliti "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Para Pedagang di Pasar Kalisat".

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang diatas, muncul beberapa permasalahan yang dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan Kepuasan Dan pendapatan pedagang Di Pasar Kalisat Desa Kalisat ?
2. Bagaimana analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Kalisat Desa Kalisat Tahun 2023 ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kapuasan dan pendapatan pedagang di pasar kalisat desa kalisat.
2. Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan kepuasan dan Pendapatan Pedagang di pasar kalisat desa kalisat tahun 2023.

## **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dari hal tersebut, penelitian ini diharapkan memiliki manfaat yang dapat berkontribusi bagi beberapa pihak di antaranya :

a. Bagi Peneliti

- 1) Peneliti ini sebagai bagian dari studi untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Ekonomi Studi Syariah.
- 2) Dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang di pasar.
- 3) Mampu menganalisis strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang pasar di kalisat desa kalisat.

b. Bagi Pembaca

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

c. Bagi Akademik

- 1) Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam mengadakan penelitian lebih lanjut dimasa yang akan datang.
- 2) Akademik diharapkan dapat digunakan dalam rangka pengembangan konsep dan teori-teori yang berkenaan dengan strategi 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.

d. Bagi Pemerintah

- 1) Sebagai bahan pertimbangan untuk membuat suatu kebijakan mengenai strategi pengembangan.
- 2) Diharapkan dapat dijadikan sebagai bentuk pedoman yang bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya atau bagi instansi yang terkait seperti UMK, khususnya padar Kalisat.

**E. Definisi Istilah**

Definisi operasional mencakup pemahaman tentang istilah-istilah penting yang menjadi pusat perhatian peneliti dalam judul penelitian. Tujuannya adalah untuk mencegah terjadinya salah tafsir dari maksud peneliti terhadap istilah tersebut.<sup>11</sup> Serta peneliti perlu menjelaskan arti kata-kata tertentu dengan lebih baik karena saat ini semua orang memahaminya dengan cara yang sama.

**1. Strategi**

Secara eksplisit, strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran<sup>12</sup>

**2. Pasar Tradisional**

Dalam KBBI pasar tradisional adalah tempat orang jual beli yang masih menggunakan adat, pandangan hidup, serta kepercayaan tradisi

<sup>11</sup> Benjamin B. Tregoe. *Strategi Manajemen* (Ja Edge 1980), 15

<sup>12</sup> Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam* (Yogyakarta: Andi, 2012).

lama.<sup>13</sup>

### 3. Kepuasan dan Pendapatan pedagang

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.<sup>14</sup>

Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung mau pun tidak langsung.<sup>15</sup> Sedangkan pedagang adalah orang yang berdagang. Jadi kepuasan pedagang adalah tingkat perasaan seorang pedagang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang pedagang rasakan dengan harapan yang diinginkannya.<sup>16</sup>

### 4. Pasar Kalisat Desa Kalisat.

Pasar Tradisional Kalisat terletak Di Jl. DR. Wahidin No.16, Krajan II, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur, Kodepos: 68193, Indonesia. Kecamatan Kalisat mempunyai luas wilayah 53,48 Km<sup>2</sup> dengan ketinggian rata-rata 281 m dari atas permukaan laut. Jarak Ibukota Kecamatan ke Pusat Pemerintahan (Ibu kota) Kabupaten Jember adalah 17 Km.

<sup>13</sup> Poerwadinata, W.J.S., *Pengertian Pedagang* (Jakarta: KBBI, ), 846-1293.

<sup>14</sup> Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2007), 52.

<sup>15</sup> Hestanto, *Pengertian Pendapatan*, dalam <https://www.hestanto.web.id/pengertian-pendapatan/>, diambil tanggal 18 Februari 2020, pukul 21.45 Wib.

<sup>16</sup> Poerwadinata, W.J.S., *Pengertian Pedagang*, (Jakarta: Adira, 2006), 255.

Pasar yang kemarin sudah direhab oleh pemerintah setempat agar kenyamanan pedagang dan konsumen bisa terjangkau, dengan disusun lebih rapi kios kios yang sebelumnya berdiri dengan tidak teratur. Dengan lebih teraturnya pasar tingkat pendapatan baik dari pedagang maupun konsumen sendiri lebih baik dari sebelum, dari informasi yang peneliti dapatkan pendapatan pedagang yang terbesar bergisar sampai Rp 9.000.000, dan pendapatan pedagang yang paling berkisar Rp. 50.000 sampai 100.000, ini sudah menandakan kegiatan pasar ini dalam perputaran ekonomi sudah berjalan lebih berkembang.<sup>17</sup>

Maka dari itu peneliti berkeinginan meneliti strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan pedagang pada pasar yang nantinya diharapkan hasil kajian itu dapat berkontribusi lebih majunya pasar ini.

#### **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, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Istilah, Sistematika Pembahasan.

**BAB II** : Pada bab dua ini menjelaskan mengenai Peneliti terdahulu dan

---

<sup>17</sup> Kepala Warung, *Wawancara*, Kalisat 3 Maret 2023.

landasan teori yang berisi Konsep Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dan Pendapatan Pedagang di pasar Kalisat Kecamatan Kalisat.

**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

**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**

Sedikitnya penulis telah menemukan beberapa literatur yang terkait dengan hal itu. Diantaranya yaitu :

##### **1. Analisis Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Bogor.**

Skripsi yang ditulis oleh Dyah Arum Istiningtyas, seorang mahasiswa Program Studi Ekonomi Pertanian Dan Sumberdaya, Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor. Adanya kebijakan otonomi telah mengarahkan kebijakan pembangunan Kota Bogor pada upaya peningkatan taraf hidup masyarakat dengan potensinya pada sektor perdagangan dan jasa. Kebijakan yang dilakukan Pemda Kota Bogor untuk meningkatkan kontribusi sektor perdagangan adalah meningkatkan aktivitas pasar-pasar tradisional. Program khusus bagi pengembangan pasar tradisional, yaitu pemindahan Pasar Ramayana ke Pasar Jambu Dua, Pasar Induk Kemang dan Pasar Cimanggu dan pembangunan empat unit pasar tradisional yaitu Pasar Tanah Baru, Pasar Pamoyanan, Pasar Katulampa dan Pasar Bubulak. Namun hasil program tersebut ternyata hanya Pasar Kemang yang berfungsi sebagai pasar induk dan ketiga pasar yang telah dibangun (Pasar Tanah Baru, Pasar Bubulak dan Pasar



Pamoyanan) tidak berfungsi sama sekali.<sup>18</sup>

Persamaan dalam penelitian ini dengan peneliti yang akan dilakukan adalah pada tujuan penelitian; yaitu menunjukkan bahwa potensi riset berdampak positif atau negatif. Perbedaannya adalah pada Variabel pemetaan aspek kecerdasan lokal dan kriteria perancangan revitalisasi pasar tradisional sebagai sebuah pasar pintar.

## **2. Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur.**

Jurnal yang ditulis oleh IAM. Dwi Susanti, Dwi Putra Darmawan, dan NW. Sri Astiti, mahasiswa Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana. Hasil identifikasi dan evaluasi Prioritas strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu ,memperbarui manajemen Pasar Tradisional Kertha'. Pembaruan ini, meliputi pemberitahuan mengenai job description pegawai, hak, kewajiban, sanksi bagi para pegawai, pengelolaan sampah dan kebersihan, pelatihan bagi para pegawai, memperlakukan perjanjian kontrak sewa antara pihak pasar dan pedagang, serta pelaksanaan rapat antara pedagang dan pihak pengelola mengenai kenaikan dan pembayaran.<sup>19</sup>

Persamaannya ada pada strategi pengembangan pasarnya, sedangkan letak perbedaan terdapat pada variabel pengukuran

---

<sup>18</sup> Dyah Arum Istiningtyas, *Skripsi ,Analisis Kebijakan dan Strategi Pasar Tradisional di Kota Bogor', Institut Pertanian Bogor, 2008, 29*

<sup>19</sup> Dwi Susanti Dkk, Jurnal, *,Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur', Vol.2, No.2 Agustus 2015.*

pendapatan pedagang.

### **3. Strategi Pengembangan Pasar tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas, Jawa Tengah).**

Skripsi Ummu Sholehah yang Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah. Dengan hasil Pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional yang dilakukan Pemerintah Banyumas dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang melalui revitalisasi pasar tradisional bertujuan 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, dan tujuan akhir dari program tersebut adalah mencapai kesejahteraan pedagang. Revitalisasi tersebut menghasilkan empat aspek diantaranya aspek sosial, aspek non fisik, aspek ekonomi dan aspek fisik.<sup>20</sup> Persamaannya ada pada strategi pengembangan pasarnya, sedangkan letak perbedaan terdapat pada variabel pengukuran pendapatan pedagang.

---

<sup>20</sup> Ummu Sholehah, *Skripsi, 'Strategi Pengembangan Pasar tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas, Jawa Tengah)'*, IAIN Purwokerto, 2016.

#### **4. Analisis kelayakan Revitalisasi pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan**

Skripsi Ucang Sukriswanto dengan hasil pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan dari aspek ekonomi dan sosial adalah dapat diterima. Hal ini didasarkan pada adanya peningkatan peningkatan yang signifikan terhadap perbaikan dan peningkatan taraf hidup serta perbaikan pada aspek sosial dan budaya. Persamaan didasarkan pada pembangunan pasar yang berupa peningkatan peningkatan taraf hidup serta perbaikan pada aspek sosial dan budaya.<sup>21</sup> Sedangkan perbedaannya dalam penelitian ini pada fokus kajiannya pada manajemen pengembangan pasarnya dalam menghasilkan pendapatan pedagang.

Sejauh yang peneliti ketahui belum ada penelitian yang membahas tentang pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang. Dalam penelitian terdahulu yang membedakan dengan penelitian yang baru dari penelitian ini adalah subjek dan objek penelitian, serta sudut pandang pada kebijakan tersebut, dalam penelitian ini objeknya adalah pasar tradisional Bundeg Desa Durin Timur Konang dan subjeknya adalah pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang.

#### **5. Strategi Pengembangan Pasar tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Baru Stabat).**

Dalam Penelitian Resti Putri Lestari, NIM 51151017 Program Studi

---

<sup>21</sup> Ucang Sukristo, *Skripsi, Analisis kelayakan Revitalisasi pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan*, STAI Grobogan Jawa Tengah, 2012.

Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam. Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar. Untuk itu Al- Qur'an memberikan pencerahan terhadap aktivitas dalam pasar dengan sejumlah adab dan peraturan permainan, dengan tujuan membangun keadilan untuk kepentingan semua pihak, baik individu maupun berkelompok. Al- Qur'an menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar.<sup>22</sup>

#### **6. Strategi Pengembangan Pasar Segar Depok.**

Dalam Penelitian Suryadi Strategi yang dilakukan untuk bisa bersaing dan tidak kalah dengan pasar modern yang ada pedagang, pelanggan yang merasa puas berdagang dan berbelanja di pasar tersebut. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya pembeli dan penjual serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, biasanya ada proses tawar-menawar. Pasar tradisional secara umum memiliki bangunan yang terdiri dari kios-kios atau gerai yang dibuka oleh penjual yang umumnya menjual kebutuhan sehari-hari konsumen, pasar tradisional adalah suatu wadah yang menampung orang-orang yang memiliki latar belakang yang berbeda agama namun dapat saling berinteraksi tanpa hambatan dan perbedaan tersebut melalui pasar

---

<sup>22</sup> Resti Putri Lestari, "Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam" (UIN-SU Medan, pada tanggal 29 Juli 2019)

tradisional, para petani kita masih bisa hidup dengan menjualkan hasil panennya dengan harga yang memuaskan.<sup>23</sup>

#### **7. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Yang Berorientasi Pada Keputusan Masyarakat Di Surakarta.**

Dalam Penelitian Isti Khomah, Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa faktor keberhasilan penting yang paling disenangi konsumen di pasar yaitu: harga yang murah, jam operasional pasar yang lama, dan banyaknya jumlah setiap produk yang dijual. 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 diperlukan 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 membingbing serta mengendalikan pilihan-pilihan yang menetapkan sifat semua organisasi.<sup>24</sup>

#### **8. "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember".**

Dalam Penelitian Siti Arifah, 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

<sup>23</sup> Suryadi, "Strategi Pengembangan Pasar Segar Depok" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014)

<sup>24</sup> Isti Khomah "Etika Sabariah. *Manajemen Strategis* ( Yogyakarta Pustaka Pelajar 2016).

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 diperlukan pengembangan pada pasar Tanjung di lihat dari usia pembangunan 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.<sup>25</sup>

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.

---

<sup>25</sup> Siti Arifah, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, 2019)

## **9. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Bunder Desa Durin Timur Konang Bangkalan Tahun 2020.**

Dalam Penelitian Sakur. Pasar tradisional adalah salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat. Sedangkan pasar tradisional identik dengan kumuh, bau, kotor dan sebagainya. Perlunya strategi pengembangan pasar tradisional agar pasar tradisional tetap menjadi pilihan pembeli untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Pengembangan Pasar memang tidaklah mudah, revitalisasi pasar memakan biaya yang tinggi.<sup>26</sup> Pasar yang ingin berkembang melalui revitalisasi pasar hendaknya tidak hanya sekedar menghasilkan kemajuan yang nampak dari segi fisik yang nyaman saja. Akan tetapi harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai dengan konsistensinya pada segi respon petugas pasar, monitoring serta evaluasi program. Dengan demikian dapat tercapai tujuannya dengan efektif dan memuaskan. Dalam teori Parasuraman tentang dimensi kepuasan pelayanan dan jasa terdapat empat variabel dimensi kepuasan pelayanan dan jasa diantaranya daya tanggap (responsiveness), keandalan (reliability), jaminan (assurance) dan kemampuan fisik (tangible) untuk mengukur sebuah kepuasan yang dialami seseorang.

---

<sup>26</sup> Sakur, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Bunder Desa Durin Timur Konang Bangkalan" (Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah, Bangkalan, 2020)

## **10. Perkembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gebrakan Pasar Modern di Kota Yogyakarta.**

Jurnal yang ditulis oleh Utami Dewi Mahasiswa Jurusan Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemerintah Kota Yogyakarta telah mengeluarkan dan mengadopsi sejumlah kebijakan dalam mengelola dan mengembangkan pasar tradisional untuk menghadapi gempuran pasar modern. Sejumlah kebijakan yang diadopsi oleh Pemerintah Kota Yogyakarta dalam mengelola dan mengembangkan pasar tradisional diantaranya adalah Peraturan Walikota No. 86 tahun 2008 tentang Fungsi, Rincian Tugas Dan Tata Kerja Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta; Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2009 tentang Pasar dan Perda Nomor 3 Tahun 2009 tentang Retribusi Pelayanan Pasar. Dinas Pengelolaan Pasar telah melakukan beberapa program untuk mengembangkan pasar tradisional meliputi Program Pelayanan Administrasi Perkantoran; Pemeliharaan Sarana Prasarana Kebersihan, Ketertiban dan Keamanan Pasar; Optimalisasi Pemanfaatan Lahan dan Pengelolaan Retribusi; dan Pengembangan Pasar (pemberdayaan pasar dan komunitas, pengembangan dan pembuatan media promosi pasar).<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Utami Dewi, "Perkembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gebrakan Pasar Modern di Kota Yogyakarta" (Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2014)



**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti Dan Tahun</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Kesimpulan</b>	<b>Perbedaan/ Persamaan</b>
1.	Sakur	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Bunder Desa Durin Timur Konan Bangkalan Tahun 2020.	Pelaksanaan Program pengembangan pasar tradisional yang dilakukan Pengelola Pasar dalam rangka meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang melalui revitalisasi pasar tradisional bertujuan meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar yang lain sehingga bukan hanya meningkatkan pendapatan pedagang tapi juga meningkatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar, dan tujuan akhir dari program tersebut adalah mencapai kesejahteraan	<p>Penelitian sama-sama didasarkan pada pengembangan pasar yang berupa peningkatan-peningkatan taraf hidup serta perbaikan pada aspek dan budaya.</p> <p>Perbedaannya dalam penelitian sekarang fokus pada kajiannya yaitu pengembangan pasarnya dalam menghasilkan kepuasan pedagang.</p>

			pedagang.	
2	Siti Arifah	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember	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	Penelitian sama-sama Untuk mengetahui pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang di pasar
3	Isti Khomah	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Yang Berorientasi Pada Keputusan Masyarakat Di Surakarta	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa faktor keberhasilan penting yang paling disenangi konsumen di Pasar yaitu: harga yang murah, jam operasional pasar yang lama, dan banyaknya jumlah setiap produk yang dijual.	Persamaannya Tentang pengembangan pasarnya Perbedaannya yaitu pada variabel pengukiran kepuasannya lebih luas yaitu kepada masyarakat sekitar baik penjual maupun pembeli
4	Suryadi	Strategi Pengembangan Pasar Segar Depok	Strategi yang dilakukan untuk bisa bersaing dan tidak kalah dengan pasar modern yang ada dan pedagang dan pelanggan merasa puas berdagang	Persamaannya pada strategi yang dilakukan pihak pasar dalam melakukan pengembangan pasar tradisional

			dan berbelanja di pasar tersebut.	Perbedaannya yaitu tidak hanya terfokus pada kepuasan pedagang juga tapi pada kepuasan pelanggan yang berbelanja di pasar tersebut
5	Dwi Putra Darma	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu Kecamatan Denpasar Timur	Hasil identifikasi dan evaluasi prioritas strategi pengembangan pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu “memperbaharui manajemen Pasar Tradisional Kertha”.	Persamaannya pada strategi pengembangan pasarnya, sedangkan Perbedaannya pada variabel pengukuran kepuasan pedagang.
6	Dyah Arum Istiningtyas	Analisis Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Bogor	Kebijakan yang dilakukan Pemda Kota Bogor untuk meningkatkan kontribusi sektor perdagangan adalah meningkatkan aktivitas pasar-pasar tradisional	Penelitian sama-sama didasarkan pada pengembangan pasar yang berupa peningkatan-peningkatan taraf hidup serta perbaikan pada aspek dan budaya. Perbedaannya dalam penelitian sekarang fokus pada kajiannya

				yaitu manajemen pengembangan pasarnya dalam menghasilkan kepuasan pedagang
7	I'an. Resti Putri Lestari	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Baru Stabat)	Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar. Untuk itu Al- Qur'an memberikan pencerahan terhadap aktivitas dalam pasar dengan sejumlah rambu dan peraturan permainan dengan tujuan supaya dapat menegakkan keadilan untuk kepentingan semua pihak, baik individu maupun berkelompok. Al-Quran pun menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar.	Persamaannya pada strategi pengembangan pasarnya. Sedangkan perbedaannya pada variabel pengukuran kepuasan pedagang.

8	Ucang Sukriswanto	Analisis Kelayakan Revitalisasi Pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan	Hasil pembangunan pasar Gubug Kabupaten Grobogan dari aspek ekonomi dan sosial adalah dapat diterima. Hal ini didasarkan pada adanya peningkatan peningkatan yang signifikan terhadap perbaikan dan peningkatan taraf hidup serta perbaikan pada aspek sosial dan budaya.	Persamaan didasarkan pada pembangunan pasar yang berupa peningkatan peningkatan taraf hidup serta perbaikan pada aspek sosial dan budaya. perbedaannya dalam penelitian ini pada fokus kajiannya pada manajemen pengembangan pasarnya dalam menghasilkan pendapatan pedagang.
9	Ummu Sholihah	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas, Jawa Tengah)	Pasar tradisional merupakan salah satu bentuk ekonomi kerakyatan dan juga merupakan salah satu pilar perekonomian nasional di Indonesia. Kondisi pasar tradisional sebagian besar kotor dan tidak nyaman untuk berbelanja namun masih ramai dikunjungi pembeli	Penelitian sama-sama didasarkan pada pengembangan pasar yang berupa peningkatan-peningkatan taraf hidup serta perbaikan pada aspek dan budaya.  Perbedaannya dalam penelitian sekarang fokus pada kajiannya yaitu pengembangan pasarnya

				dalam menghasilkan kepuasan pedagang.
10	Utami Dewi	Pengembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gempuran Pasar Modern Kota Yogyakarta	Dinas pengelolaan pasar telah melakukan beberapa program untuk mengembangkan pasar tradisional meliputi program pelayanan administrasi perkantoran; pemeliharaan sarana prasarana kebersihan, ketertiban dan keamanan pasar; optimalisasi pemanfaatan lahan dan pengelolaan retribusi dan pengembangan pasar (pemberdayaan pasar dan komunitas, pengembangan dan pembuatan media promosi pasar)	Persamaan dalam hal manajemen pengembangan pasar  Perbedaannya penelitian ini lebih menghususkan hanya pada variabel pengukuran kepuasan pedagang.

## B. Kajian Teori

Berikut merupakan pembahasan tentang teori yang dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

## 1. Konsep Strategi Pengembangan Pasar Tradisional

### a. Definisi Strategi

Menurut sejarah manajemen, strategi diciptakan oleh bangsa Yunani; dengan tujuan untuk mencapai kemenangan dalam suatu perang memenuhi kebutuhan perang. Strategi dibuat memberikan rincian data dan informasi tentang musuh dan dipergunakan untuk mengalahkan musuh dalam perang. Inti dari strategi adalah memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara efektif untuk mencapai kemenangan dalam suatu pertempuran.<sup>28</sup> Pada hakekatnya penggunaan strategi adalah untuk mencapai kemenangan dalam pertempuran; dalam kondisi tepat waktu dan tepat sasaran dengan menggunakan sumber daya yang tersedia secara optimal. Seiring dengan perkembangan zaman dan intelektual manusia; pemakaian strategi juga berkembang pada bidang bisnis, yang dalam implementasinya diformulasikan dalam bentuk konsep kerja yang mempertimbangkan berbagai faktor yang berpengaruh.

Merujuk pada perkembangan zaman dan perkembangan kebutuhan dalam dunia bisnis, maka falsafah strategi perang diadopsi oleh dunia perdagangan dan diterapkan dalam pasar persaingan. Penggunaan konsep strategi perang dalam dunia perdagangan bertujuan untuk mempertahankan posisi perusahaan dan juga untuk memperluas penguasaan pasar. Dengan kata lain, pemakaian strategi dalam dunia

---

<sup>28</sup> Bracker, 1980; Stead & Stead, 2008, Vol. 5( *Academy of Management Review* 1980), No. 2, 219-224

perdagangan bertujuan untuk meningkatkan keunggulan daya saing dan mempertahankan eksistensi keunggulan daya saing.

Pada hakekatnya implementasi manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai tujuan dan sasaran. Sedangkan Armstrong 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.<sup>29</sup> Sehingga peran strategi dalam pencapaian kinerja perusahaan adalah tidak dapat dipungkiri. Karena dalam organisasi atau perusahaan komersial berlaku hukum dasar ekonomi, yakni mendapat keuntungan sebesar-besarnya dengan pengorbanan sekecil-kecilnya. Maknanya adalah perusahaan berusaha mencapai kinerja terbaik dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan terbatas. Untuk mengeksplorasi sumber daya terbatas dibutuhkan strategi tepat dan pelaksanaan efisien. Oleh karena itu dibutuhkan strategi dan dikelola secara sistematis.

---

<sup>29</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 2006), 42.



Sedangkan pada sisi ekonomi, strategi dibutuhkan untuk memenuhi prinsip falsafah dasar ekonomi konvensional yakni dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya untuk mencapai hasil yang sebesar-besarnya. Makna falsafah dasar adalah dalam menjalankan aktivitas ekonomi perlu mempertimbangkan berbagai faktor yang berpengaruh langsung dan yang tidak langsung, dengan tujuan mencapai hasil yang maksimal dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Dengan kata lain focus unsur ekonomi dalam manajemen strategi adalah kinerja. Target kinerja yang dikejar mencakup kinerja finansial dan kinerja non finansial. Sehingga dengan demikian butuh strategi yang tepat, dalam arti metode kerja yang dapat mengarahkan dan menjadi acuan bagi semua komponen kerja organisasi untuk pencapaian target. Kinerja optimal dicapai dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia, baik dalam ruang lingkup internal maupun eksternal.

Menurut Paul strategi-strategi yang efektif dapat melihat dalam tempat-tempat yang paling berkembang melalui sarana yang paling tidak diduga untuk mencapai tujuan pemasaran. Tujuan pemasaran mendukung pelanggan jangka panjang melalui kepuasan pelanggan pendekatan ini menuntut pemasaran untuk mempunyai pemahaman yang lebih besar terhadap berbagai teknologi, prospektus dan bargaining keterbatasan bidang-bidang fungsional yang lain. Pemasaran ini melakukan negosiasi secara efektif untuk mengimplementasikan strategi-strateginya. Sehingga kinerja pemasaran bukan semata-mata

sebagai bargaining flay, akan tetapi tanggung jawab bidang pemasaran tersebut adalah mengkomunikasikan fokus perhatian jangka panjang.

Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi. strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya untuk melaksanakan kebijaksanaan hal ini dituangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). kebijaksanaan tertentu dalam perang maupun damai. Secara eksplisit, strategi adalah rencana tindakan yang menjabarkan alokasi sumber daya dan aktivitas lain untuk menanggapi lingkungan dan membantu organisasi mencapai sasaran<sup>30</sup>. Sedangkan Armstrong 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<sup>31</sup>. Pada intinya, strategi adalah sebuah pilihan untuk melakukan aktivitas yang berbeda atau untuk melaksanakan aktivitas dengan cara berbeda dari pesaing.

## **b. Pengertian Pasar**

---

<sup>30</sup> Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam* (Yogyakarta: Andi, 2012).

<sup>31</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 2006).

Definsi pasar adalah sebagai tempat di mana pembeli bertemu dengan penjual, barang-barang atau jasa-jasa ditawarkan untuk dijual, dan kemudian terjadi pemindahan hak milik.<sup>32</sup> Pasar adalah lokasi 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 adalah tempat bertemunya calon penjual dan calon pembeli barang dan jasa. Di pasar antara penjual dan pembeli akan melakukan transaksi. Transaksi adalah kesepakatan dalam kegiatan jual-beli. Syarat terjadinya transaksi adalah ada barang yang diperjualbelikan, ada pedagang, dan pembeli, ada kesepakatan harga barang, dan tidak ada paksaan dari pihak manapun.

Barang dan jasa yang dijual menggunakan alat pembayaran yang sah seperti uang. Kegiatan ini merupakan bagian dari perekonomian. Ini adalah pengaturan yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk item pertukaran. Persaingan sangat penting dalam pasar, dan memisahkan pasar dari perdagangan. Dua orang mungkin melakukan perdagangan, tetapi dibutuhkan setidaknya tiga orang untuk memiliki pasar, sehingga ada persaingan pada setidaknya satu dari dua belah pihak. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan.

---

<sup>32</sup> Yohanes Lamarto, *Fundamentals Of Marketing (Sevent Edition)* (Yogyakarta: Erlangga, 2001), 92.

Dalam ilmu ekonomi, konsep pasar adalah setiap struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa dan informasi. Pertukaran barang atau jasa untuk uang adalah transaksi. Pasar peserta terdiri dari semua pembeli dan penjual yang baik yang memengaruhi harganya. Pengaruh ini merupakan studi utama ekonomi dan telah melahirkan beberapa teori dan model tentang kekuatan pasar dasar penawaran dan permintaan. Ada dua peran di pasar, pembeli dan penjual. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat. Pasar mengizinkan semua item yang diperdagangkan untuk dievaluasi dan harga. Sebuah pasar muncul lebih atau kurang spontan atau sengaja dibangun oleh interaksi manusia untuk memungkinkan pertukaran hak (kepemilikan) jasa dan barang.

Pasar secara sederhana merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Adapun pasar menurut kajian Ilmu Ekonomi memiliki pengertian, pasar adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. Jadi setiap proses yang mempertemukan antara pembeli dan penjual, maka akan membentuk harga yang disepakati antara pembeli dan penjual.

Dalam kehidupan sehari-hari kita dapat melihat pasar dalam

bentuk fisik seperti pasar barang (barang konsumsi). Secara sederhana pasar dapat dikelompokkan menjadi:

- 1) Pasar tradisional
- 2) Pasar raya
- 3) Pasar abstrak
- 4) Pasar konkrit
- 5) Toko swalayan
- 6) Toko serba ada

Sedangkan berdasarkan jenis barang yang dijual, pasar dibedakan menjadi beberapa macam diantaranya:

- 1) Pasar ikan
- 2) Pasar sayuran
- 3) Pasar buah-buahan
- 4) Pasar barang elektronik
- 5) Pasar barang perhiasan

Aktivitas usaha yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan dua subyek pokok, yaitu produsen dan konsumen. Kedua objek tersebut masing-masing mempunyai peranan yang sangat besar terhadap pembentukan harga barang di pasar. Selain itu ada juga unsur-unsur pasar antara lain :

1. Penjual : Orang yang menjual (barang dagangan yang berkali kali dijual).

2. Pembeli : Memperoleh sesuatu dengan menukarnya dengan uang (membayar).
3. Barang dan jasa yang diperjualbelikan : Barang yang diperdagangkan, untuk kemudian ditukar dengan uang
4. Alat pembayaran : Alat yang digunakan oleh penjual maupun pembeli dalam pasar yang telah disepakati oleh keduanya, biasanya berupa uang, obligasi, saham, cek, dll.
5. Tempat : Ruang (bidang, rumah, dsa) yang dipakai untuk melakukan sesuatu.
6. Sistem : Sistem adalah sekelompok item atau bagian-bagian yang saling berhubungan dan saling berkaitan secara tetap dalam membentuk satu kesatuan terpadu. Jadi dapat diartikan sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran barang, jasa, ide, orang, dan faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.
7. Perantara (agen) : Agen adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan barang dagangannya dari distributor atau agen tunggal yang biasanya akan diberi daerah kekuasaan penjualan / perdagangan tertentu yang lebih kecil dari daerah kekuasaan distributor. Contoh seperti pedagang grosir beras di pasar induk kramat jati.

8. Distributor : Distributor adalah pedagang yang membeli atau mendapatkan produk barang dagangan dari tangan pertama atau produsen secara langsung. Pedagang besar biasanya diberikan hak wewenang wilayah / daerah tertentu dari produsen. Contoh dari agen tunggal adalah seperti Agen Tunggal Pemegang Merek Untuk Produk Mobil (ATPM).

### c. Definisi Pengembangan Pasar Tradisional

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Di masa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi. Tuntutan mewujudkan perubahan dapat timbul dari dua sumber, yaitu dari dalam organisasi harus selalu peka terhadap aspirasi, keinginan, tuntutan dan kebutuhan berbagai kelompok itu dikenal dengan istilah pihak-pihak yang berkepentingan.<sup>33</sup>

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern, mendefinisikan pasar tradisional sebagai 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, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal

---

<sup>33</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam* (Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012).

kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Pasar tradisional adalah wadah untuk mendapatkan berbagai kebutuhan pokok baik sandang maupun pangan bagi mayoritas penduduk di tanah air. Mereka bisa mendapatkannya dengan harga yang terjangkau bahkan dengan sistem tawar menawar. Pasar tradisional selalu menjadi indikator nasional dalam kaitannya dengan pergerakan tingkat kestabilan harga. Dalam menghitung inflasi, harga kebutuhan pokok penduduk yang dijual di pasar tradisional seperti sembilan kebutuhan pokok menjadi obyek monitoring para ahli statistik setiap bulannya.

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.<sup>34</sup> Pasar melayani wilayah-wilayah tertentu yang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor antara lain aksesibilitas dan frekuensi interaksi dengan wilayah jangkauan pelayanan. Meskipun demikian penyelenggaraan pasar tradisional tidak serta merta hanya

---

<sup>34</sup> J. Winardi, *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change)* Edisi Pertama (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015), 140



memperhatikan aspek lokasi (teknis) saja, melainkan juga harus memperhatikan faktor-faktor yang lain diantaranya yaitu aksesibilitas terkait wilayah sekitar juga jangkauan pelayanan pasar tradisional itu sendiri.

Dalam kegiatan ekonomi terdapat suatu istilah yaitu jarak (range) dan ambang (threshold). Jarak (range) merupakan jarak yang perlu ditempuh orang untuk mendapatkan barang kebutuhannya. Sedangkan ambang (threshold) yang berarti jumlah minimal penduduk yang diperlukan untuk menunjang supaya suatu fungsi tertentu dapat berjalan lancar. Misalnya suatu macam prasarana atau sarana yang lebih tinggi fungsinya atau yang diperlukan oleh jumlah penduduk yang besar jumlahnya (pasar, sekolah menengah, dan sebagainya), harus terletak di wilayah yang jangkauan pelayanannya lebih luas yaitu bukan di desa tapi di kecamatan Disamping itu, pasar akan berkembang sesuai dengan ambang batas dan jangkauan pelayanan pasar, sementara persaingan antar pasar sangat dipengaruhi oleh kebijakan publik.

Menurut Beckhard, pengembangan organisasi adalah upaya yang berencana, meliputi keseluruhan organisasi, dan dikelola dari atas untuk meningkatkan efektivitas dan kesehatan organisasi melalui intervensi terencana terhadap proses yang terjadi dalam organisasi dengan memanfaatkan pengetahuan yang berasal dari ilmu perilaku. National Training Laboratories Institute menyatakan, Dengan memanfaatkan pengetahuan dan teknik yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku,

pengembangan organisasi berupaya untuk mengintegrasikan kebutuhan individual untuk tumbuh dan berkembang bersama dengan tujuan dan sasaran organisasi agar dapat membuat organisasi lebih efektif.

Margulies dan Raia menekankan bahwa pengembangan organisasi adalah proses penilaian sendiri (self assessment) dan perubahan berencana berdasarkan sistem nilai (value based), yang mencakup strategi dan teknologi spesifik, yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas suatu sistem organisasi secara keseluruhan.<sup>35</sup>

Pendekatan pengembangan organisasi dapat pula dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi organisasi. Dengan cara itu orang mengharapkan pertumbuhan dan pendapatan yang bersinambung, 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 dan meningkatkan kemampuan otonomi dalam pembuatan keputusan-keputusan.<sup>36</sup>

Definisi pasar adalah sebagai tempat di mana pembeli bertemu dengan penjual, barang-barang atau jasa-jasa ditawarkan untuk dijual, dan kemudian terjadi pemindahan hak milik<sup>37</sup>. Pasar adalah lokasi tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang

---

<sup>35</sup> Komaruddin, *Manajemen Berdasarkan Sasaran* (Jakarta: Bumi Aksara.), 227.

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Yohanes Lamarto, *Fundamentals Of Marketing* (Seventh Edition) (Yogyakarta: Erlangga, 2001), 92.

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 kios 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<sup>38</sup>. Sebuah pasar adalah sebuah mekanisme yang melaluinya para pembeli dan para penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa.

Dalam suatu pengertian yang umum, pasar merupakan tempat di mana para pembeli dan para penjual berinteraksi menentukan harga dan mengadakan pertukaran barang dan jasa<sup>39</sup>. Selanjutnya, pasar dikatakan sebagai organisasi, melalui teori pengembangan organisasi, sekumpulan orang yang melakukan transaksi jual beli disebut organisasi pasar. Dalam hal ini peran revitalisasi dalam pengembangan pasar tradisional berdasarkan Peraturan Bupati tentang pengelolaan pasar tradisional dan pasar modern yang berisi tentang pelaksanaan bagi pengaturan, pembinaan, pengendalian dan pengawasan terhadap kegiatan pasar

---

<sup>38</sup> Perpres RI No. 112 Tahun 2007 tentang *Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional*.

<sup>39</sup> Samuelson Dan Nordhaus, *Ilmu Mikro Ekonomi* Terj. Nur Rosyidah Dkk (Jakarta: Media Global Edukasi, 2007), 29.

milik pemerintah daerah serta untuk lebih meningkatkan pelayanan kepada pedagang yang memanfaatkan fasilitas pasar sebagai tempat menjalankan usahanya.

#### **d. 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 24 serta Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007, definisi 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, sedangkan 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, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.<sup>40</sup>

Adapun syarat-syarat pasar tradisional menurut peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007, tentang pembangunan, penataan dan pembinaan pasar tradisional, adalah:

---

<sup>40</sup> Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2008 tentang *Pedoman dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan toko Modern*

- 1) Aksesibilitas, yaitu kemungkinan pencapaian dari dan ke kawasan, dalam kenyataan 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. Salah satu syarat pasar tradisional adalah disediakan fasilitas yang menjadikan pasar tradisional aman, sehat, dan bersih.<sup>41</sup>

Dalam hal ini, salah satu langkah pemerintah agar pasar tradisional memenuhi persyaratan tersebut di atas adalah peremajaan.

#### **e. Revitalisasi Sebagai Bentuk Pengembangan Pasar Tradisional**

##### **1) Pengertian Revitalisasi Pasar Tradisional**

Pasar tradisional harus melalui proses revitalisasi agar dapat bersaing di era globalisasi. Pasar tradisional akan lebih sedikit perannya

---

<sup>41</sup> PERATURAN PRESIDEN (PERPRES) NO. 112, *Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional*, LLSETKAB : 22 HLM.

karena sudah ada pasar modern yang lebih lengkap fasilitasnya. Menghidupkan kembali suatu lingkungan atau bagian kota yang dulunya ramai dan semarak tetapi kemudian terdegradasi, itulah yang dimaksud Danisworo sebagai revitalisasi.<sup>42</sup>

Revitalisasi dapat dilaksanakan apabila semua pihak yang terkait saling mendukung, baik pihak pemerintah, pedagang hingga pembeli. Aspek fisik, aspek ekonomi serta aspek sosial menjadi perhatian yang utama dalam melaksanakan revitalisasi. Kenyamanan dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat. Masyarakat harus menyadari bahwa berbelanja di pasar tradisional tidak lagi dianggap ketinggalan zaman. Berbelanja di pasar tradisional merupakan salah satu bentuk penghargaan terhadap produk diri sendiri serta menguji kemampuan berkomunikasi. Keberadaan pasar tradisional sudah saatnya dilestarikan dan dibudidayakan untuk menunjang pembangunan perekonomian dari masing masing daerah.

Program revitalisasi pasar tradisional digagas dengan maksud menjawab semua permasalahan yang melekat pada pasar tradisional. Penyebabnya, pasar tradisional dikelola tanpa inovasi yang berarti yang mengakibatkan pasar menjadi tidak nyaman dan kompetitif. Dalam

---

<sup>42</sup> Anomin ,Pengertian Revitalisasi', dalam [www. Scribd.Com](http://www.Scribd.Com), diambil Pada Tanggal 19 Februari 2020 pukul 14.26 Wib.

menjalankan aktivitas ekonomi di pasar tradisional, kondisi fisik memegang peranan yang penting. Rancangan fisik pasar harus mempertimbangkan fungsi pasar sebagai tempat aktivitas ekonomi sosial komunitas penggunanya. Program revitalisasi pasar tradisional juga menyentuh tata kelola (kelembagaan) pasar. Mewujudkan pasar yang profesional haruslah dikelola dengan manajemen yang terpadu dimana seluruh manajemen pasar terintegrasi menjadi satu.<sup>43</sup> Agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern, pemerintah tengah melaksanakan revitalisasi pasar tradisional. Kesejahteraan pembeli dan penjual pasar harus diperhatikan dalam pengembangannya. Potensi pasar tradisional akan dapat tumbuh melalui penataan ulang yang mengutamakan kenyamanan, pelayanan, dan keamanan.

Pasar tradisional diharapkan memperoleh keunggulan komparatif sebagai akibat dari meningkatnya persaingan. Agar dapat bersaing dengan pasar kontemporer dan meningkatkan pendapatan pedagang sekaligus meningkatkan kemampuan mereka untuk mendapatkan pangsa pasar, program revitalisasi pasar berupaya untuk meningkatkan daya saing pasar dan menghidupkan kembali kegiatan pasar yang sudah ada sejak lama. Upaya pemulihan tersebut telah mempersiapkan pasar tradisional untuk menghadapi gempuran pasar kontemporer. Jika persepsi negatif yang selama ini melekat pada pasar tradisional dihilangkan, maka konsumen akan melirikinya lagi. Kuncinya adalah

---

<sup>43</sup> A.A Mirah Pradnya Paramita dan A.A Ketut Ayuningsasi, Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana* Vol. 2, No. 5 (Mei 2013)

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 profesional.<sup>44</sup>

## 2) Prinsip-Prinsip Revitalisasi

Pasar Revitalisasi pasar rakyat memiliki 4 prinsip, yaitu:

### a. Manajemen

Dengan prinsip ini revitalisasi membangun manajemen pengelolaan pasar secara jelas yaitu dengan mengatur aspek-aspek yang berkaitan dengan hak dan kewajiban pedagang, tata cara penempatan dan pembiayaan dan prosedur operasional standar pelayanan pasar.

### b. Fisik Revitalisasi

Fisik ini berkaitan dengan perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan, tata hijau, sistem penghubung, sistem tanda/reklame dan kawasan ruang terbuka.

### c. Ekonomi

Revitalisasi ekonomi ini bertujuan untuk meningkatkan

---

<sup>44</sup> A.A Mirah Pradnya Paramita dan A.A Ketut Ayuningsasi, Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 2, No. 5 (Mei 2013)



pendapatan dengan mengakomodir kegiatan formal dan informal.

d. Sosial

Revitalisasi sosial menciptakan lingkungan pasar yang menarik dan berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat/warga (public realms).

e. Faktor-Faktor Pengembangan Pasar Tradisional

Setiap perusahaan yang menjadi bagian dari masyarakat perlu menyadari lingkungannya. Pengembangan organisasi diperlukan karena dua alasan penyebab yaitu internal dan eksternal diantaranya :<sup>45</sup>

1) Lingkungan eksternal

Adalah seluruh faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi. Beberapa faktor tersebut, antara lain politik, hukum, kebudayaan, teknologi, sumber daya alam, demografi, dan sebagainya. Adalah penyebab perubahan yang berasal dari luar, atau sering disebut lingkungan. Organisasi bersifat responsif terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya. Oleh karena itu, jarang sekali organisasi melakukan perubahan besar tanpa adanya dorongan yang

---

<sup>45</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta; Adi Buana 2012), 198.

kuat dari lingkungannya. Artinya, perubahan yang besar itu terjadi karena lingkungan menuntut seperti itu. Aturan pemerintah, alasan ekonomi, dan kemajuan teknologi adalah beberapa contoh pengaruh eksternal yang berkontribusi terhadap transformasi organisasi.

## 2) Lingkungan Internal

Lingkungan internal adalah semua 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. Perubahan organisasi dilakukan untuk mencocokkan dengan kebutuhan yang ada.

## 3) Konsep Kepuasan dan Pendapatan Pedagang

### a. Pengertian Kepuasan

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari.

Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah mengonsumsi barang atau jasa tersebut dan periklanan.

Menurut teori ekuitas, yang pertama kali dikemukakan oleh Zalesnik dan dikutip oleh Locke, tingkat kebahagiaan atau ketidakpuasan seseorang terhadap bagian-bagian tertentu dari pekerjaannya bergantung pada seberapa adil menurut mereka suatu situasi. Membandingkan diri sendiri dengan orang lain di kelas yang sama, di tempat kerja, atau di lingkungan lain dapat menimbulkan perasaan ekuitas dan ketidakadilan.<sup>46</sup>

Tingkat kepuasan seseorang dapat dikarakterisasikan sebagai perbedaan antara harapan dan kinerja (atau hasil) yang dialaminya. Oleh karena itu, kesenjangan antara kinerja yang

---

<sup>46</sup> Juliansyah Noor, *Penelitian Ilmu Manajemen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 259.

dirasakan dan harapan menentukan tingkat kepuasan.<sup>47</sup>

Menurut teori ekuitas, seseorang akan merasa puas jika mereka percaya bahwa rasio keluaran (outcome) terhadap input yang digunakan adalah wajar atau adil. Dengan kata lain, pelanggan merasa puas ketika mereka percaya bahwa rasio input mereka terhadap hasil sebanding dengan rasio hasil terhadap input yang dicapai orang lain.<sup>48</sup> Di sini, pedagang disebut sebagai konsumen yang mengalami dan memperoleh produk kebijakan pemerintah. memungkinkan kita untuk menetapkan nilai pada berbagai objek. Cascio mengklaim bahwa teori utilitas memberi kita kerangka konseptual untuk pengambilan keputusan dengan mendesak para pembuat keputusan untuk menentukan tujuan mereka secara tepat, menghitung hasil dan konsekuensi yang diharapkan, dan menilai signifikansi hasil dan konsekuensi. Karena pilihan yang dipilih didukung oleh argumen yang meyakinkan dan pertimbangan yang matang, jenis strategi ini bekerja dengan sangat baik.<sup>49</sup>

Merupakan hal yang biasa untuk dibicarakan, ditulis, dan diungkapkan tentang kepuasan. Karena fokus pemasaran pada keinginan klien, gagasan tentang kepuasan pada awalnya terkait erat dengan aktivitas pemasaran. Gagasan tentang kebahagiaan

---

<sup>47</sup> Philip Kotler Dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 52.

<sup>48</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2002), 31.

<sup>49</sup> Margaret Dale, *Meningkatkan Keterampilan Manajemen ,Teknik Teknik Meningkatkan Pembelajaran Dan Kinerja* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2013), 71.

pelanggan kini telah merasuki setiap level perusahaan karena anggapan bahwa bisnis tidak dapat berkembang dan maju jika tidak mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dianggap bahwa tujuan setiap departemen dalam perusahaan adalah untuk memuaskan klien internal dan eksternal. Selain menjadi tujuan organisasi, kepuasan juga merupakan strategi bisnis (instrumen). Pengembangan konsep, prosedur, dan evaluasi untuk memenangkan persaingan dikaitkan dengan kepuasan sebagai strategi. Selain itu, secara filosofis, diyakini bahwa ada hubungan pola positif antara kebahagiaan pelanggan dan sejumlah faktor, termasuk profitabilitas, retensi pelanggan, loyalitas, dan promosi dari mulut ke mulut. Menurut Bartikowski dan Llosa, konsumen yang menerima tingkat kepuasan yang tinggi dianggap loyal, dan karena mereka tidak akan pergi, bisnis dapat menghasilkan uang dari waktu ke waktu.

Allah menjamin manusia dalam QS. Ad-Dhuha, "Dan kelak Tuhanmu pasti akan memberikan karunia-Nya kepadamu, kemudian menjadi tenteram".<sup>50</sup>

Dari perkembangan tersebut, dapat dipahami bahwa, karena adanya perbedaan penekanan pada ekspektasi, maka gagasan (konstruksi) kepuasan yang dibangun antara kelompok

---

<sup>50</sup> QS. Ad-Dhuha [93]:5

(segmen) konsumen merupakan bagian yang perlu dipertimbangkan secara akademis. Karena penilaian kebahagiaan pelanggan memerlukan respons konsumen, maka pendekatannya pun harus diperhitungkan. Reaksi ini berfokus pada kesadaran dan kebutuhan untuk memahami karakteristik atau indikator yang dianggap menghasilkan kepuasan.<sup>51</sup>

Pedagang adalah orang yang berdagang.<sup>52</sup> Kepuasan pedagang adalah tingkat kepuasan pedagang terhadap kinerja (atau hasil) yang dicapainya dibandingkan dengan hasil yang diinginkan. Sebagai hasil dari strategi pengembangan pasar yang merevitalisasi pasar konvensional, pedagang dalam konteks ini bertindak sebagai konsumen produk pemerintah.

#### **b. Dimensi Kepuasan Pelayanan dan Jasa**

Hasil kerja yang dicapai karyawan dalam memenuhi tugasnya dikenal sebagai kinerja layanan, dan dievaluasi menggunakan sejumlah kriteria.

Dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz, Parasuraman mengidentifikasi empat dimensi utama, yaitu sebagai berikut:<sup>53</sup>

##### 1) Daya Tanggap (Responsiveness)

Responsivitas karyawan mengacu pada kemampuan

---

<sup>51</sup> Johannes, 'Kepuasan Pelanggan: Riviun Dan Pengembangannya Dalam Melakukan Penelitian', dalam <https://www.google.co.id>, Diambil Selasa, 19 November 2020, pukul 17.03 Wib

<sup>52</sup> Poerwadinata, W.J.S., *Pengertian Pedagang* (Jakarta: KBBi), 225.

<sup>53</sup> Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Airlangga 2011), 153.

mereka untuk memberikan layanan yang diperlukan dengan cepat dan efisien. Responsivitas petugas dalam memberikan layanan yang diperlukan diukur dari kecepatan layanan tersebut diberikan. Alasan dan pertimbangan yang ditujukan kepada pelanggan adalah penyebab dari responsivitas ini. Dengan kata lain, kesiapan atau kemauan anggota staf untuk menawarkan layanan yang dibutuhkan klien.

2) Keandalan (Reliability)

Yang termasuk konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Artinya perusahaan memberikan layanan dengan benar sejak awal dan telah memenuhi janjinya. Dalam hal ini, keandalan adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal. Artinya, layanan yang diberikan harus andal dan dapat dipertanggungjawabkan.

3) Jaminan (Assurance)

Jaminan merupakan upaya yang dilakukan untuk melindungi penduduk suatu masyarakat dari berbagai bahaya yang apabila terjadi dapat mengganggu ketertiban umum.

4) Kemampuan Fisik (Tangible)

Meliputi kendaraan operasional, staf, peralatan, fasilitas fisik, dan saluran komunikasi. Oleh karena itu,

sinyal yang paling nyata adalah bukti langsung atau nyata. Bukti ini berbentuk setiap fasilitas yang dapat diamati di dunia nyata. Secara khusus, semua bukti nyata, termasuk personel, bangunan, mesin, dan manifestasi luar dari layanan seperti kartu kredit plastik.

### c. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Mengikuti berbagai inisiatif untuk meningkatkan mutu layanan. Penilaian dilakukan untuk menentukan sejauh mana upaya tersebut telah berhasil dalam menawarkan dan mendedikasikan layanan kepada pelanggan. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk menentukan kepuasan pelanggan.<sup>54</sup>

Menurut Kotler yang dikutip dari Buku Total Quality Management Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan pelanggan, diantaranya.

#### 1) Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berpusat pelanggan (Customer Centered) Berikan konsumen banyak kesempatan untuk menyuarkan masalah dan saran mereka. Pengetahuan ini dapat menginspirasi ide-ide kreatif bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

#### 2) Ghost Shopping

---

<sup>54</sup> Ibid, 157 – 158.



Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan bersikap sebagai melaporkan atau pembeli potensial, kemudian temuan-temuannya mengenai kekuatan perusahaan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

### 3) Lost Customer Analysis

Perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau para yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya interview pemantauan customer loss rate juga penting, peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan exit interview saja yang perlu, tetapi perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

### 4) Survey Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survai, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari Umumnya penelitian mengenai langsung.

## **d. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Pendekatan survei merupakan cara yang paling populer untuk mengukur kepuasan konsumen, seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Berikut ini adalah beberapa metode pengukuran yang dapat digunakan dalam metode survei kepuasan konsumen:

- 1) *Directly reported satisfaction*, Pengukuran langsung menggunakan pertanyaan dimungkinkan seperti, Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Pasar Kalisat pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas'.
- 2) *Derived dissatisfaction*, Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- 3) *Problem analysis*, responden diminta untuk menuliskan masalah masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan perbaikan yang mereka sarankan.
- 4) *Importance / performance ratings*, Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen. Teknik ini dikenal pula dengan istilah *importance-performance analysis*.

Aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif yaitu:

1) Warranty costs.

Beberapa perusahaan dalam warranty costs produk/jasa mereka menangani dilakukan melalui persentase penjualan. Kegagalan perusahaan dalam memberi kepuasan kepada pelanggan biasanya karena perusahaan tidak memberi jaminan terhadap produk yang mereka jual kepada pelanggan.

2) Penanganan terhadap komplain dari pelanggan.

Secara statistic hal ini penting untuk diperhatikan, namun seringkali menyadarinya. Bila komplain/klaim dari pelanggan tidak secepatnya diatasi, maka customer defections tidak dapat dicegah.

3) Terlambat bagi perusahaan untuk Market Share

Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan. Jika market share diukur, maka yang diukur adalah kuantitas, bukan kualitas dari pelayanan perusahaan.

4) Costs of poor quality.

Hal ini dapat bernilai memuaskan bila biaya untuk defecting Customer dapat diperkirakan.

5) Industry reports.

Terdapat banyak jenis dan industry reports ini, seperti fairest, most accurate, dan most eagerly yang dibuat oleh perusahaan.

6) Guiltinan.

Mengemukakan bahwa salah satu manfaat dari kepuasan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kepuasan adalah evaluasi pasca konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya. konsumen yaitu tingkat perasaan.

**e. Faktor Utama dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen.**

Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

- 1) Kualitas produk, Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
- 3) Emosional, Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.
- 4) Harga, Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- 5) Biaya, Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk

mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

#### f. Pengertian Pendapatan Pedagang

Pengertian pendapatan adalah uang yang diterima seseorang atau bisnis sebagai imbalan setelah mereka menyediakan barang, jasa, atau melalui modal investasi dan digunakan untuk mendanai pengeluaran sehari-hari. Dalam bisnis, pendapatan dapat merujuk pada sisa pemasukan perusahaan setelah membayar semua biaya dan pajak. Pendapatan tidak akan diterima utuh karena perusahaan juga harus membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku<sup>55</sup>.

Menurut PSAK No.23 paragraf 06 Ikatan Akuntan Indonesia menyatakan bahwa Pendapatan adalah arus kas masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanam modal<sup>56</sup>.

Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh perusahaan atas kegiatan usahanya. Pendapatan adalah hasil yang berasal dari penyerahan barang dagangan atau barang hasil produksi.

Pendapatan dibedakan menjadi dua bagian, yaitu <sup>57</sup>;

<sup>55</sup> Sugi, 'Pengertian Pendapatan' dalam <https://cpssoft.com/blog/bisnis/mengenal-pengertian-pendapatan-dan-jenis-jenis-pendapatan/>, diambil tanggal 19 Februari 2020, pukul 20.13 Wib.

<sup>56</sup> PSAK paragraf 06 Ikatan Akuntan Indonesia (2010), 23.

<sup>57</sup> Irmah Halimah Bachtiar, *Akuntansi Dasar*, (Yogyakarta : Budi Utama 2019), 29.

- 1) Pendapatan Usaha, Pendapatan ini adalah pendapatan yang diperoleh berkaitan dengan kegiatan usaha atau hasil usaha pokok/utama perusahaan.
- 2) Pendapatan diluar usaha, Pendapatan ini adalah pendapatan yang diperoleh atas kegiatan diluar usaha pokok/utama perusahaan misalnya pendapatan bunga, sewa dan komisi.

**g. Jenis Jenis Pendapatan**

Adapun jenis jenis pendapatan dapat dibagi dari beberapa aspek yaitu sebagai berikut <sup>58</sup>:

- 1) Pendapatan yang diperoleh jenis, Pendapatan ini adalah pendapatan yang diperoleh melalui hasil bekerja. Seperti orang yang bekerja disuatu perusahaan dan mendapatkan gaji yang diterima.
- 2) Pendapatan pasif, Pendapatan pasif dapat diperoleh bahkan ketika seseorang secara fisik tidak bekerja. Seperti properti yang disewakan dan lain sebagainya.
- 3) Pendapatan portofolio, Jenis pendapatan ini diperoleh ketika seseorang menginvestasikan hartanya melalui aset kertas. Seperti saham, obligasi, dan reksa dana.

---

<sup>58</sup> Sharon L. Lechter, Rich Dad Poor Dad For Teens, (Jakarta : PT Sun 2006), 44 – 45.

- 4) Pendapatan royalti, Pendapatan ini merupakan imbalan dari seseorang setelah menggunakan ide, atau karyanya. Seperti seorang penulis<sup>59</sup>.

#### **h. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang**

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang menurut Swastha dan Irawan adalah sebagai berikut:

- 1) Kondisi dan kemampuan pedagang

Pedagang yang mampu menawarkan barang dagangannya dengan sikap yang ramah dan sopan serta mampu meyakinkan pembeli untuk membeli barang dagangannya maka pedagang akan mudah untuk mendapatkan pelanggan sekaligus memperoleh pendapatan atau omzet penjualan yang diinginkan.

- 2) Kondisi pasar

Kondisi pasar ini berkaitan dengan keadaan pasar, jenis pasar, kelompok pembeli yang ada dalam pasar, lokasi berdagang, frekuensi pembeli dan selera pembeli dalam pasar tersebut. Dengan ini maka dapat diartikan bahwa kondisi pasar yang bersih, rapi dan nyaman maka akan membuat pembeli merasa betah untuk berbelanja di pasar.

---

<sup>59</sup>Sugi, Pengertian Pendapatan dan jenis jenisnya' dalam <https://cpssoft.com/blog/bisnis/mengenal-pengertian-pendapatan-dan-jenisjenispendapatan/>, diambil tanggal 19 Februari 2020, pukul 21.28 Wib.



### 3) Modal

Dalam kegiatan penjual semakin banyak produk yang dijual berakibat pada kenaikan keuntungan. Untuk meningkatkan produk yang dijual suatu usaha harus membeli jumlah barang dagangan dalam jumlah besar. Sehingga dibutuhkan tambahan modal untuk membeli barang dagangan atau membayar biaya operasional agar tujuan meningkatkan keuntungan dan pendapatan dapat meningkat.

### 4) Kondisi organisasi usaha

Suatu usaha yang semakin besar maka akan memiliki frekuensi penjualan yang semakin tinggi sehingga keuntungan semakin besar dan sebaliknya.

### 5) Faktor lain

Faktor lain yang mempengaruhi usaha yang berkaitan dengan periklanan dan kemasan produk. Dalam pasar ataupun sekitar tempat wisata, jenis dagangan juga dapat mempengaruhi pendapatan.<sup>60</sup>

#### **i. Cara Menghitung Pendapatan Pedagang**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan faktor modal (modal yang dikeluarkan pedagang untuk membeli barang dagangan) dan faktor biaya (biaya retribusi) yang

---

<sup>60</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2003).

dikeluarkan per hari untuk menghitung pendapatan bersih yang diperoleh pedagang. Menurut Swasta modal usaha yang relatif besar jumlahnya, akan memungkinkan suatu unit penjualan dengan banyak jenis produk dan pendapatan yang diperoleh akan semakin besar.<sup>61</sup> Menurut Natalia dan Ignasius biaya sangat berperan dalam penentuan tingkat keuntungan yang akan diterima karena keuntungan merupakan selisih antara penjualan terhadap total beban atau uang yang dikeluarkan.<sup>62</sup>



---

<sup>61</sup> Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2003).

<sup>62</sup> Natalia Tandiallo dan Ignasius Narew, "Pengaruh Modal, Biaya, dan Volume Penjualan Terhadap Keuntungan Pedagang Pakaian Bekas di Kota Timika", *Jurnal Ulet* Vol. 5 No. 1, 2021.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Bogdan dan Tailor mendeskripsikan ,metode kualitatif` sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diminati<sup>63</sup>. Penelitian kualitatif mengandalkan kecermatan pengumpulan data untuk memperoleh hasil penelitian yang valid. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (depth interview), pengamatan terlibat (participant observation), diskusi grup yang terarah (vocal group discussion), dan analisis dokumen (document analysis)<sup>64</sup>.

Proses dan makna (perspektif subyek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Sifat dari jenis penelitian ini adalah penelitian dan penjajahan terbuka berakhir dilakukan dalam jumlah relatif kelompok kecil yang diwawancarai secara mendalam. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan umum, dan menentukan persepsi, pendapat dan perasaan tentang gagasan atau topik yang dibahas dan untuk menentukan arah penelitian. Kualitas hasil temuan dari penelitian kualitatif

---

<sup>63</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), 3.

<sup>64</sup> Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), 127.

secara langsung tergantung pada kemampuan, pengalaman dan kesepakatan dari interview atau responden<sup>65</sup>.

## B. Lokasi Penelitian

Palace adalah sumber data yang menyajikan tampilan berupa keadaan diam dan gerak. Palace yang diam misalnya ruangan, kelengkapan alat, wujud benda, warna dan lain-lain, sedangkan palace yang bergerak misalnya aktivitas, kinerja, laju kendaraan, ritme nyanyian, gerak tari, sajian sinetron, serta kegiatan pembelajaran. Informasi kondisi dari lokasi peristiwa atau aktivitas dilakukan bisa digali lewat sumber lokasinya, baik merupakan tempat maupun lingkungannya.<sup>66</sup>

Lokasi penelitian merupakan tempat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan serta mendapatkan data-data dan informasi yang dapat mendukung dalam penelitian, dalam penelitian ini lokasi yang dipilih peneliti berada di pasar Kalisat, Desa Kalisat, Kecamatan Kalisat, Kabupaten Jember dengan beberapa pertimbangan, diantaranya: adanya kesediaan pihak pengelola pasar Kalisat, Desa Kalisat, Kecamatan Kalisat untuk dijadikan sebagai lokasi penelitian, adanya kesediaan pihak penjual sembako pasar kalisat, desa kalisat, kecamatan kalisat untuk dijadikan sebagai subyek penelitian, lokasi tersebut memiliki objek untuk diteliti dan sistem pemasaran sesuai dengan kurikulum yang ada sehingga penelitian ini sangat relevan untuk diteliti.

---

<sup>65</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. X, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), 6.

<sup>66</sup> Eko Murdianto, *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*, (Yogyakarta: LP2M UPN "Veteran" Yogyakarta Press, Edisi.I, 2020.), 53.

### C. Subjek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data akan dicari dan di jaring sehingga dapat dijamin validitasnya.<sup>67</sup>

Subjek penelitian merupakan sumber data, dalam penelitian kualitatif, posisi narasumber sangat penting, bukan hanya sekedar memberi respon melainkan juga sebagai pemilik informasi. Karena itu informan (orang yang memberi informasi, sumber informasi, sumber data) atau disebut subjek yang diteliti, karena ia bukan saja sebagai sumber data, melainkan juga aktor yang ikut menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian berdasarkan informasi yang diberikan.<sup>68</sup>

Adapun subjek yang akan dipilih dalam penelitian ini yaitu pihak-pihak yang terlibat dalam penjual sesuai apa yang dikehendaki peneliti.

Dalam hal ini peneliti memilih beberapa subjek penelitian sebagai berikut:

- a. Bapak Sutrisno Selaku Ketua Pasar Tradisional Kalisat.
- b. Bapak Yudi Selaku Pedagang Sembako Pasar Tradisional Kalisat

### D. Teknik Pengumpulan Data

Pada hakikatnya, data adalah informasi yang digunakan untuk menjawab suatu masalah. Data diartikan sebagai kenyataan yang ada dan berfungsi

---

<sup>67</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 47.

<sup>68</sup> Eko Murdianto, *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*, (Yogyakarta: LP2M UPN "Veteran" Yogyakarta Press, Edisi.I, 2020.), 52.

sebagai bahan untuk menyampaikan pendapat, informasi yang akurat, dan bahan yang dapat digunakan untuk penalaran dan penyelidikan dalam kamus besar bahasa Indonesia. Dilihat dari sumbernya, terdapat dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

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 sistematis tentang keadaan atau fenomena sosial dan gejala-gejala psikis dengan jalan mengamati dan mencatat.<sup>69</sup>

Pengamatan langsung atau terselubung merupakan cara pengamatan yang dipilih. Dalam hal ini, sumber data diberi tahu secara bebas oleh peneliti bahwa ia sedang melakukan penelitian. Dengan demikian, subjek penelitian mengetahui kegiatan peneliti dari awal hingga akhir.<sup>70</sup>

Adapun data yang diperoleh dalam Metode observasi di Pasar Kalisat

---

<sup>69</sup>Sugiyono. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2013), 2.

<sup>70</sup>Mardalis, Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 63.

Kabupaten Jember sebagai berikut :

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

## 2. Metode Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data adalah melalui wawancara, yang merupakan dialog langsung antara pewawancara, yang mengajukan pertanyaan, dan orang yang diwawancarai, yang memberikan tanggapan. Wawancara didefinisikan sebagai pertemuan antara dua orang dengan tujuan bertukar ide dan informasi menggunakan metode tanya jawab yang menghasilkan penciptaan makna seputar subjek tertentu.

Wawancara yang dilakukan adalah wawancara langsung yang dilakukan terhadap para pedagang di pasar Kalisat Kecamatan Kalisat.

- 1) Teknik strategi pengembangan pasar tradisional yang seperti apa yang diterapkan oleh pasar Kalisat Kecamatan Kalisat.
- 2) Kemudian apa dampak yang dihasilkan dari strategi pengembangan pasar tradisional yang telah dilakukan.

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

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

- b. Interview dengan para pedagang yang terdapat di Pasar mengenai fasilitas-fasilitas yang terdapat di Pasar Kalisat dan pendapatan pedagang.
- c. Interview kepada para konsumen (pembeli) di Pasar mengenai pelayanan yang terdapat dipasar.<sup>71</sup>

### 3. Metode Dokumenter.

Saat menggunakan metode ini, peneliti meneliti objek tertulis dari asal dokumen, yang berarti objek tertulis. Catatan masa lalu disebut dokumen. Dokumen dapat berupa tulisan, foto, atau kreasi penting seseorang.<sup>72</sup>

Dokumen tertulis dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang mereka butuhkan. Konten tekstual atau video apa pun yang tidak diproduksi sebagai tanggapan atas permintaan peneliti dianggap sebagai dokumen. Catatan, buku teks, jurnal, makalah, memorandum, surat, risalah rapat, dan lainnya semuanya dapat dianggap sebagai dokumen.

Tujuan metode ini adalah untuk mengumpulkan informasi dalam bentuk gambar, rekaman, dan data kantor dalam bentuk dokumen, seperti:

- a. Letak Geografis
- b. Sejarah Pasar
- c. Visi dan Misi Pasar
- d. Jumlah Pedagang

---

<sup>71</sup> M.Djamil. Paradigma Penelitian Kualitatif. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015),130

<sup>72</sup> Sugiyono. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2013), 240.



### **E. Analisis Data**

Bila menyangkut penelitian kualitatif, analisis data mungkin dimulai segera setelah peneliti memasuki lapangan, bertahan di sana, dan kemudian kembali dari lapangan setelah mengumpulkan data.

Peneliti menggunakan analisis data deskriptif dalam penelitian ini. Tidak perlu mengembangkan hipotesis untuk penelitian ini karena penelitian deskriptif merupakan metode penelitian non-hipotesis. Alih-alih angka, data yang dikumpulkan untuk penelitian ini adalah dalam bentuk kata-kata dan gambar. Hal ini merupakan hasil dari penggunaan metode kualitatif.

### **F. Keabsahan Data**

Hasil dari penelitian harus dipertanggungjawabkan, maka dari itu peneliti harus melakukan pengecekan tentang keabsahan data yang telah diperoleh. Untuk membuktikan bahwa apa yang telah diamati oleh peneliti sesuai dan sudah cocok dengan yang sebenarnya terjadi di lapangan.

Triangulasi merupakan teknik yang digunakan untuk menguji keterpercayaan data (memeriksa keabsahan data atau verifikasi data) atau dengan istilah lain dikenal dengan “trustworthiness” dengan memanfaatkan hal-hal lain yang ada di luar data tersebut untuk keperluan mengadakan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data yang telah dikumpulkan.<sup>73</sup>

Di Dalam teknik triangulasi peneliti berusaha menemukan berbagai sudut pandang lain untuk mengecek benar atau tidaknya data yang sudah ditemukan. Berbagai sudut pandang ini bisa diperoleh dari buku-buku, pakar-

---

<sup>73</sup> Dewi Rokhmah Et. Al, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jember: UPT Penerbitan UNEJ .), 48.

pakar yang bersedia diajak berdiskusi, peneliti-peneliti lain (lewat jurnal atau diskusi), dan metode metode lain (misalnya tidak hanya wawancara tapi juga observasi). Dalam kesempatan kali ini peneliti menggunakan jenis triangulasi sumber yang mana Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang sudah diperoleh melalui berbagai sumber namun saling berkaitan satu sama lain.<sup>74</sup>

### **G. Tahap-Tahap Penelitian**

Tahap-tahap penelitian harus dijelaskan secara jelas, hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang keseluruhan analisis data mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengumpulan data, dan pelaporan.

Tahap pralapangan, tahap penelitian lapangan, dan tahap analisis data adalah tiga tahap yang harus dilalui dalam penelitian ini.

#### **a. Tahap Pra- Lapangan.**

- 1) Menyusun rancangan penelitian.
- 2) Memilih lapangan penelitian.
- 3) Mengurus perizinan.
- 4) Menjajaki dan menilai lapangan.
- 5) Memilih dan memanfaatkan informan.
- 6) Menyiapkan perlengkapan penelitian.
- 7) Persoalan etika penelitian.

#### **b. Tahap Penelitian Lapangan.**

- 1) Memahami latar belakang dan tujuan penelitian.

---

<sup>74</sup> Dewi Rokhmah Et. Al, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jember: UPT Penerbitan UNEJ .), 48.

- 2) Memasuki lokasi penelitian.
  - 3) Mencari sumber data yang sudah ditentukan dan obyek penelitian.
  - 4) Pengumpulan data.
  - 5) Menganalisa data menggunakan prosedur penelitian yang sudah ditetapkan.
- c. Tahap Akhir Penelitian Lapangan.
- 1) Penarikan kesimpulan, Menyusun data yang telah ditetapkan dan juga memberikan kritik dan saran.



UIN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

#### **A. Gambaran Dan Obyek Penelitian**



##### **1. Letak Geografis**

Pasar Kalisat Desa Kalisat terletak pada posisi yang strategis yaitu di Jl. Dr Wahidin Kalisat Jember Jawa Timur Indonesia. Dipinggir jalan utama lokasi pasar yang berbatasan dengan sebelah selatan perkampungan, sebelah utara jalan raya dan terminal, sebelah timur pertokoan dan sebelah barat jalan raya dan pertokoan. Akses yang mudah dijangkau menjadikan pasar Kalisat Kecamatan Kalisat menjadi sasaran pembeli yang akan berbelanja di pasar tersebut. Posisi yang jauh dengan pusat perkotaan menjadikan pasar Kalisat Desa Kalisat menjadi pilihan pengunjung dari berbagai desa.

##### **2. Sejarah Pasar Kalisat**

Pasar Kalisat adalah Pasar Tradisional yang merupakan pusat perdagangan atau perekonomian khususnya masyarakat Kecamatan Kalisat dan masyarakat sekitarnya. Pasar ini berdiri sekitar tahun 1950-an

sampai sekaran 2023, pasar ini dibangun ulang tahun 1993 sampai 1994.

Pasar yang beitu indah dengan keramahan para pedagangnya dan menjadi sumber kehidupan bagi banyak masyarakat Kalisat dan sekitarnya. Meskipun semakin banyak toko-toko modern yang berkembang di sekitar pasar Kalisat. Tetepi Alhamdulillah pasar ini masih ramai dengan banyak pengunjung. Dan pasar Kalisat mempunyai luas tanah seluruhnya : 9749 m<sup>2</sup>.

### **3. Visi Misi Pasar Kalisat**

Dari awal berdirinya pasar Kalisat yang memang didirikan atas dasar kebersamaan dengan penuh perjuangan dan pada awal pertama berdiri karena memang didirikan orang-orang yang belum berpengetahuan maka pasar hanya berjalan tanpa mengenal visi misi akan tetapi lambat laun penerus pengelola pasar ini menyatukan keinginan untuk lebih memajukan pengelolaan pasar Kalisat Kecamatan Kalisat.

Visi dan tujuan organisasi harus dirumuskan agar program dapat mewakili keinginan. Visi dan misi perusahaan akan menjadi panduan untuk menentukan kebijakan strategis yang akan diterapkan dalam program kerja guna mencapai tujuan organisasi untuk menjadi organisasi yang bermutu tinggi dan profesional.

Agar tercapai komitmen bersama dan serangkaian nilai-nilai untuk membangun organisasi, semua tingkatan organisasi harus mengambil

bagian dalam dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi organisasi. Adapun visi dan misi pasar Kalisat Kecamatan Kalisat dapat tertuang sebagai berikut :

a. Visi

Terwujudnya pasar pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, nyaman, sejahtera.

b. Misi

1. Meningkatkan dukungan dan kualitas kelembagaan serta memantapkan pelaksanaan koordinasi bidang pengelolaan pasar melalui upaya optimalisasi penghimpunan dana dari pungutan retribusi pasar guna mendukung peningkatan Pendapatan.
2. Mengupayakan terwujudnya basis data pasar yang simple, akurat, terpercaya dengan mengoptimalkan pelayanan secara prima kepada semua pengguna pasar serta penyediaan sarana dan prasarana pasar menuju pasar yang bersih, sehat dan nyaman.

#### **4. Tugas Dan Wewenang Pengurus Pasar Kalisat**

Tugas dan wewenang Kepala Pasar, Bidang Administrasi, Bidang Pemungut, Kebersihan, dan Keamanan dapat dipaparkan sebagai berikut :

- a. Kepala Pasar
  - 1. Memantau hasil pendapatan retribusi pasar.
  - 2. Memantau kebersihan pasar
  - 3. Memantau ketertiban dan keamanan pasar
  - 4. Menempatkan pedagang sesuai dengan jenis pedagang
- b. Bidang Administrasi
  - 1. Merekap seluruh jumlah administrasi yang diterima, seperti : pembukuan/ merekap hasil penarikan retribusi pasar.
  - 2. Pelaporan administrasi.
- c. Bidang Pemungut
  - 1. Menungut/ menarik retribusi pasar.
  - 2. Menyetorkan hasil penarikan retribusi ke Bank yang telah ditentukan/ ditunjuk.
- d. Bidang Kebersihan
  - 1. Membersihkan sampah yang ada di dalam pasar.
  - 2. Serta membantu kepentingan secara umum
- e. Bidang Keamanan
  - 1. Mengamankan ketertiban dan keamanan pasar.
  - 2. Serta membantu kepentingan secara umum.

## **B. Penyajian Data dan Analisa Data**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana Pasar Kalisat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan dan kebahagiaan pedagang. Penulis menggunakan wawancara sebagai metode

pengumpulan data. Pedagang dan pembeli yang mengunjungi Pasar Kalisat melakukan pencarian informasi.

Dengan maksud untuk mengumpulkan bahan untuk penelitian, penulis melakukan wawancara selama istirahat pagi mereka. Para pedagang di Pasar Kalisat menjadi informan untuk penelitian ini.

Berikut dari hasil wawancara yang dilakukan penulis memperoleh informan sebagai berikut:

- a. Ibu Eka, Musrifah, Lek Wafi, Mas Salim, Mbah Yut, Mbah lis dan Mbah Ji

Mereka adalah pedagang yang telah berjualan sayur di Pasar Kalisat selama tiga hingga lima puluh tahun. Hasil penjualan digunakan untuk memenuhi kebutuhan keluarga sehari-hari, termasuk makanan, biaya sekolah, dan uang saku.

Menurut pendapat ibu Eka mewakili pedagang sayur mengungkapkan adanya revitalisasi ini sebagai berikut :

*“Adanya renovasi pasar yang awalnya kurang enak dipandang jadi bisa enak dipandang dan juga sekarang tataan pedagang sudah baik yang awalnya gak beraturan menjadi rapi, tapi masalah keuntungan itu tergantung le”.*

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Kampung \ Bapak Rahem Yaitu:

*“Pasar yang direnovasi le, Alhamdulillah sudah bagus\baik dan juga sekarang pedagang sudah tidak desak-desakan lagi le, tapi masalah keuntungan itu belum tentu dan juga bisa dilihat dari pedagangnya juga le”.*



Menurut kepala pasar proses revitalisasi ini terus berlanjut demi perbaikan dan keteraturan pasar dan pada akhirnya akan mengembangkan perekonomian masyarakat khususnya pedagang di pasar Kalisat tapi memang masih bertahap, berikut ungkapan kepala Pasar :

*“Renovasi ini dilakukan supaya ada perubahan, bisa juga teratur tetapi masih ada yang kurang, mungkin kekurang itu bisa diperbaiki secepat munding mas”.*

Meskipun tata letak pedagang sudah diperbaiki, fasilitas dan infrastruktur sudah ditambah, dan keamanan sudah ditingkatkan, mereka tetap merasa bahwa inisiatif rehabilitasi pasar masih jauh dari harapan mereka. Selain itu, pengaduan yang disampaikan kepada petugas pengelola pasar tidak ditanggapi dengan baik, dan butuh waktu lama untuk menindaklanjuti pengaduan, dan pendapatan tetap sama, bahkan terkadang menurun.

Dengan keluhan yang sama seperti pedagang-pedagang yang lain yaitu adanya para pedagang baru yang langsung duduk diluar, pedagang baru ini yang membuat pedagang yang berada di dalam pasar dikalahkan oleh pedagang-pedagang diluar yang mayoritas berjualan sayur mayur yang sembarang mangkal. Sebelum direvitalisasi pasar Kalisat ini tidak ada pedagang baru yang berjualan diluar pasar karena dulu kadang mereka juga langsung membuka dagangan diluar setelah ada revitalisasi ini pedagang lama di letakan di kios-kios dalam sehingga berdatangan pedagang pedagang baru, sekarang terhitung

lebih dari 30 pedagang yang menempati luar pasar kalisat, bahkan pedagang luar di pungut biaya yang lebih murah maka dikhawatirkan akan lebih banyak muncul pedagang luar yang berdatangan.

Strategi pengembangan pasar Kalisat dapat dikelompokkan menjadi dua aspek sebagai berikut:

### **1. Penambahan Jumlah**

Di dalam penambahan jumlah ada yang namanya kebijakan yaitu pemberdayaan pasar Kalisat, dimana pemberdayaan pasar 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 Kalisat.
- 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 Kalisat.

## **2. 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.

### **b. Bapak Yudi, Ibu Siti, Hengky, HJ. Lily, Mas Deddy Dan Bapak Siri**

Mereka adalah pedagang yang berjualan berupa Sembako di pasar kalisat, mereka sudah berjualan antara 2 sampai lebih dari 60 tahun.

Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan dalam penuturan mereka, kurangnya ventilasi ruangan menjadikan mereka pengap sehingga dalam berdagang pun kurang nyaman dan tentram.

Diantara ungkapan mereka melalui hasil wawancara, menurut ibu Siti mengungkapkan hasil kios yang di bangun sebagai berikut :

*“Hasil renovasi ini sudah lebih teratur dikarenakan sudah disediakan tempat untuk pedagang tetapi tempat yang sudah disediakan kurang adanya udara disebabkan terlalu banyaknya yang berjualan”.*

Adapun pendapat dari bapak Yudi yaitu:

*“se amponah emar kamar menabi narek sakonek arassah pengap bhan panas polan korang lobhang se bisa memasok udara bhan okorah se abhak sempit menabi wal juwal beres kadih ghuleh”.*

(yang sudah berkamar-kamar jika berdagang rasanya sumuk dan panas dikarenakan kurang adanya ventilasi lubang udara dan jarak pedagang kurang jauh jika berdagang.)

- c. Hj. Bahrul, Mbah Dol, Mbah Tini, Bapak Siri, Intan, Wahyu Dan Didin

Mereka merupakan pedagang makanan di Pasar Kalisat, yang telah berdagang antara 2 sampai 40 Tahun. Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan dalam penuturan mereka, dari segi penjualan biasa omset penghasilannya memang begitu-begitu saja tetapi pedagang sudah merasa puas karna sudah mendapatkan keuntungan sesuai dengan apa yang biasa dia dapatkan dan tempat yang tidak perlu berdesakan dengan adanya keteraturan sebab perbaikan pengelola pasar menjadi kepuasan tersendiri dari para pedagang makanan.

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu.

Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung.<sup>75</sup>

Sebaliknya, seorang trader adalah seseorang yang terlibat dalam perdagangan. Kepuasan trader adalah tingkat kepuasan trader terhadap kinerja (atau hasil) yang dicapainya dibandingkan dengan hasil yang diinginkan.<sup>76</sup>

d. Mas Salim, Mas Deddy, Hengky, H.Jamal Dan Bak Rohmah

Mereka adalah pedagang Kitab dan perhiasan yang sudah berjualan dari 25-60 tahun di pasar Kalisat. Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan dalam penuturan pedagang, mereka merasa kurang puas dengan hasil revitalisasi pasar yang dilakukan oleh pengelola pasar Kalisat dari sisi manajemennya masih perlu ditinjau kembali yaitu berupa pengawasan yang dilakukan oleh pihak pengelola pasar tidak dilakukan secara rutin tidak seperti saat awal revitalisasi pasar dilaksanakan, karena menurut mereka, pendapatan mereka tidak begitu meningkat karena sama dengan pedagang pakaian pedagang kitab dan perhiasan terdapat bulan-bulan tertentu saja mengalami omset penjualan yang meningkat seperti penjual kitab misalnya hanya mengalami peningkatan kalau sudah tahun ajaran baru, jika emas perhiasan hanya dibulan baik semisal ketika musim manten dan

---

<sup>75</sup> Hestanto, *Pengertian Pendapatan*. (Yogyakarta: BPFE, 2011).

<sup>76</sup> Poerwadinata, W.J.S., *Pengertian Pedagang*, (Jakarta: Adira, 2006), 846-1293.

tunangan. Dari 3 Pedagang Kitab-kitab Al-Qur'an dan 2 Pedagang perhiasan diatas dapat dilihat pendapat dari hasil wawancara sebagai berikut:

- e. Mas Deddy sebagai pedagang Kitab-kitab Al-Qur'an berpendapat sebagai berikut:

*“pembangunan se ampon lastareh nikah menurut ghuleh ampon le sae sareng pasar mangken le teratur le ngorangi dha' sek desseghen, menabi adhabu ke ungtungan ghule jek keng ajuel ketab se lakar abit angguinah ye le bedeh mpon haselah, enggi menabih tahun ajharan anyar kassah baru bedeh ongge'en ke untungan”.*

*“Pembangunan yang sudah selesai menurut saya Alhamdulillah bagus dan juga pasar sekarang menjadi lebih teratur mas, juga mengurangi berdempet dempetan, bila keuntungan menjual kitab yang lama dipakainya sudah ada hasilnya, ketika tahun ajaran baru pasti ada keuntungannya”.*

Pasar tradisional harus melalui proses revitalisasi agar dapat bersaing di era globalisasi. Pasar tradisional akan lebih sedikit perannya karena sudah ada pasar modern yang lebih lengkap fasilitasnya. Menghidupkan kembali suatu lingkungan atau bagian kota yang dulunya ramai dan semarak tetapi kemudian terdegradasi, itulah yang dimaksud Danisworo sebagai revitalisasi.<sup>77</sup>

Jika pemerintah, pedagang, dan konsumen saling mendukung, revitalisasi dapat terlaksana. Pertimbangan utama dalam melakukan revitalisasi adalah unsur sosial, ekonomi, dan fisik. Kenyamanan

---

<sup>77</sup> Danisworo, *Anonim*, *Pengertian Revitalisasi*, (Jakarta; Adi Buana, 2012), 64.

dalam aktivitas ekonomi merupakan target yang ingin dicapai, sehingga diharapkan akan memberi keuntungan bagi semua pihak yang terlibat. Tujuan akhir yang ingin dicapai dengan adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat. Masyarakat harus menyadari bahwa berbelanja di pasar tradisional tidak lagi dianggap ketinggalan zaman. Berbelanja di pasar tradisional merupakan salah satu bentuk penghargaan terhadap produk diri sendiri serta menguji kemampuan berkomunikasi. Keberadaan pasar tradisional sudah saatnya dilestarikan dan dibudidayakan untuk menunjang pembangunan perekonomian dari masing masing daerah.

f. Ibu wawan sebagai konsumen atau pembeli berpendapat sebagai berikut :

*“aku sering belanja di pasar kalisat 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 Kalisat lebih bersih dan teratur”.*

Dari hasil pengamatan dan interview di lapangan bahwa faktor-faktor konsumen berbelanja di Pasar Kalisat dengan adanya program revitalisasi, terkait pengembangan yang ada di pasar Kalisat mengalami peningkatan ini terbukti dari hasil interview dengan ibu Wawan yang suka dan sering berbelanja di pasar Kalisat 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 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 tingkat keamanan yang ada di Pasar Kalisat mengalami peningkatan dibuktikan dengan jumlah petugas keamanan yang jumlahnya cukup memadai.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Kepuasan dapat didefinisikan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan<sup>78</sup>.

Dalam teori equity, seseorang akan puas bila rasio hasil (outcome) yang diperolehnya dibandingkan dengan input yang digunakan dirasakan fair atau adil. Dengan kata lain kepuasan terjadi bila konsumen merasakan bahwa rasio hasil terhadap inputnya

---

<sup>78</sup> Philip Kotler Dan A.B Susanto, Manajemen Pemasaran Di Indonesia (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 42.



proporsional terhadap rasio yang sama (outcome dibanding input) yang diperoleh orang lain<sup>79</sup>. Dalam hal ini pedagang disebut sebagai konsumen yang menerima dan merasakan sebuah produk kebijakan dari pemerintah. Memungkinkan kita memberikan nilai pada berbagai hal. Menurut Cascio, teori utilitas memberi kita kerangka konseptual untuk membuat keputusan dengan metode mendorong pembuat keputusan untuk menetapkan tujuannya secara jelas, untuk memperhitungkan konsekuensi/ hasil yang diharapkan serta untuk menentukan nilai konsekuensi maupun hasilnya. Pendekatan sejenis ini sangat efektif karena keputusan yang dibuat didasarkan atas alasan yang kuat dan pemikiran yang cermat<sup>80</sup>

### C. Pembahasan Temuan

Pada waktu pengamatan yang saya lakukan pada bulan maret samapi oktober 2023 bahwa dari dua fokus penelitian penentuan strategi pengembangan pasar Kalisat dalam meningkatkan pendapatan para pedagang ditentukan dari tingkat kemiskinan strategi pengembangan pasar Kalisat dimana dalam ragam strategi pengembangan ini terdapat program- program pengembangan pasar Kalisat seperti revitalisasi, pendirian koperasi, dan promo pasar.

Dan para pedagang baik pengelola pasar saling berkesinambungan atau membantu dalam mensukseskan program- program yang dijalankan oleh pemerintah atau pihak pasar Kalisat, sehingga memberikan dampak yang

---

<sup>79</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2002), 7.

<sup>80</sup> Margaret Dale, *Meningkatkan Keterampilan Manajemen ,Teknik Teknik Meningkatkan Pembelajaran Dan Kinerja* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2013). 112.

positif bagi para pedagang tentunya didalam peningkatan pendapatan dan pedagang di pasar Kalisat ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh pihak pemerintahan dan patugas pasar Kalisat.

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

### **1. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan dan Pendapatan Pedagang di Pasar Kalisat.**

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan bahwa didalam strategi pengembangan pasar Kalisat ada program-program yang dilakukan didalam strategi pengembangan atau yang memberikan kemajuan pada pasar Kalisat 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 Kalisat terutama di dalam peningkatan pendapatan para pedagang.

Menurut Beckhart, pengembangan organisasi adalah upaya yang berencana, meliputi keseluruhan organisasi, dan dikelola dari atas untuk meningkatkan efektivitas dan kesehatan organisasi melalui intervensi

terencana terhadap proses yang terjadi dalam organisasi dengan memanfaatkan pengetahuan yang berasal dari ilmu perilaku.

Menurut Perpres RI No. 112 tahun 2007, 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, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Selanjutnya, pasar dikatakan sebagai organisasi, melalui teori pengembangan organisasi, sekumpulan orang yang melakukan transaksi jual beli disebut organisasi pasar. Tujuan mengikuti peraturan ini adalah untuk mewujudkan pelayanan bagi masyarakat berupa penyediaan fasilitas pasar yang dapat menunjang terselenggaranya proses jual beli yang aman dan nyaman.

Menurut Danisworo, revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami degradasi. Dimana tujuan revitalisasi pasar adalah 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 persaingan pasar.

## **2. Analisis Strategi Pengembangan Pasar Kalisat dalam Meningkatkan Kepuasan dan pendapatan Pedagang**

Telah disinggung sebelumnya bahwa mengenai strategi pengembangan pasar Kalisat 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 Kalisat 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 Kalisat menjadi suatu acuan di dalam peningkatan pendapatan pedagang yang dapat dilihat pada penyajian analisis data melalui program revitalisasi, pendirian koperasi, promo pasar.

Kebijakan pengembangan pasar tradisional disusun dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi di masing-masing wilayah

sehingga terjadi pemerataan perekonomian di seluruh wilayah khususnya masyarakat disekitar pasar Kalisat.

Kebijakan ini disusun dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional sehingga aspek ekonomi adalah salah satu penunjang pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional, kemudian aspek non fisik dalam hal pengelolaan pasar penting, dan untuk mengakomodir kepentingan seluruh pihak yang terkait maka aspek sosial juga penting. Terakhir, aspek fisik terkait dengan kondisi fisik pasar yang dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan pasar.

Pengelola pasar Kalisat dalam rencana pembangunan jangka panjang salah satu tujuan yang ingin dicapai adalah membangun perekonomian masyarakat menengah dengan merevitalisasi pasar Kalisat melalui sentral pertumbuhan ekonomi pasar tradisional khususnya ditujukan kepada para pedagang yang menempati pasar Kalisat.

Dalam hal ini manajemen sangatlah penting untuk menunjang tujuan dari sebuah rencana yang dibuat. Dengan kata lain, manajemen strategi pengembangan pasar Kalisat haruslah dikonsepsikan secara matang, supaya hasil dari rencana tersebut dapat maksimal. Namun, jika manajemen tersebut gagal maka akan mengakibatkan ketidaksenangan serta ketidakpuasan yang terjadi hingga menurunkan produktivitas.

Jika penataan hati merupakan tonggak kebaikan seluruh perilaku manusia, maka manajemen akan sangat memberikan kekuatan bagi

terbentuknya organisasi yang memiliki tenaga dan maju, oleh sebab itu, maka organisasi yang baik akan tercermin dalam manajerial yang baik.

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan pada program pengembangan pasar Kalisat dapat dianalisis strategi pengembangan pasar tradisional dalam teorinya Parasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz memiliki kesamaan variabel dengan apa yang dilakukan oleh pengelola pasar Kalisat.

Empat variabel kepuasan dari strategi pengembangan pasar tersebut antara lain sebagai berikut:

a. Daya Tanggap (Aspek Sosial)

Dengan adanya revitalisasi pasar Kalisat menimbulkan adanya perubahan sosial diantaranya adalah adanya perubahan gaya hidup, budaya, adat istiadat dan struktur sosial lainnya. Salah satu perubahan struktur sosial yang ada di pasar Kalisat adalah adanya penjual atau pedagang pendatang baru di luar pasar dimana pada saat sebelum revitalisasi tidak ada. Para pedagang di luar ini bahkan uang pungutannya lebih murah di pasar Kalisat.

Hal ini tentunya menimbulkan rasa ketidakadilan bagi para pedagang yang berada di dalam pasar. Karena pembeli tentunya lebih memilih untuk berbelanja pada pedagang yang berada di luar pasar. Kadang para pelaku ekonomi hanya mementingkan keuntungan semata tanpa melihat sisi lain yang juga penting dari suatu perekonomian. Bisa saja setiap orang mencari keuntungan

sesuka hati, tetapi tanpa rasa keadilan maka akan menimbulkan kerugian bagi orang lain.

Tentunya hal itu tidak sesuai dengan yang di syariatkan oleh Islam. Sesuai firman Allah SWT :

Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang. (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain, mereka minta dipenuhi. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. Tidakkah orang-orang itu yakin bahwa sesungguhnya mereka akan dibangkitkan. Pada suatu hari yang besar. (Yaitu) hari (ketika) manusia berdiri menghadap Rabb semesta alam.<sup>81</sup>

Sedangkan dalam teori revitalisasi yang seharusnya terdapat sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Dan ini tidak sesuai dengan pengembangan pasar yang dilakukan oleh pengelola pasar yang kurang tanggap dan cenderung lamban dalam menanggapi keluhan yang dialami para pedagang. Selain para pedagang merasa diperlakukan tidak adil, para pedagang di pasar Kalisat mengungkapkan bahwa keluhan mereka kepada petugas pasar tidak langsung ditindaklanjuti, hal ini juga merupakan salah satu aspek ketidakpuasan pedagang terhadap sikap petugas pasar. Jika mengacu pada tujuan revitalisasi pasar selain mencapai

---

<sup>81</sup> [al-Muthaffifin/83:1-6]

kesejahteraan pedagang, tetapi juga untuk menciptakan kenyamanan, pelayanan dan keamanan. Metode untuk mengukur kepuasan pedagang adalah adanya sistem keluhan dan saran, dimana setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan, perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Sarana yang digunakan bisa melalui kotak saran, kartu komentar, atau saluran khusus bebas pulsa. Dengan cara seperti ini diharapkan suatu organisasi bisa segera memperbaiki sistem yang kurang baik dan segera mencari solusi yang tepat. Namun dalam pengelolaan sistem keluhan dan saran kurang memuaskan, karena pengelola pasar dalam menanggapi saran dan keluhan dari para pedagang cenderung lamban.

Aspek sosial indikatornya yaitu hasil kebijakan yang dicapai dapat memberikan manfaat kepada kebutuhan publik dan hasil kebijakan yang dicapai dapat memecahkan masalah. Hasil kebijakan yang dicapai belum memberikan manfaat kepada masyarakat dan justru terdapat beberapa masalah yang timbul setelah kebijakan dilaksanakan, yaitu keberadaan pedagang liar (pedagang yang samraut diluar pasar) di sekitar pasar yang telah mengganggu ketertiban. Hal ini karena belum adanya tindakan yang tegas bagi para pelaku pelanggar kebijakan sehingga



pelaksanaan dan hasil kebijakan belum dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.

Hal ini dapat ditunjukkan dari keberadaan pasar pagi yang mayoritas adalah pedagang yang telah berada didepan pasar sangat banyak mencapai lebih dari 30 pedagang di luar pasar. Selama ini belum ada tindakan tegas dari pihak pengelola pasar untuk melarang mereka berjualan di depan pasar dan menyiapkan tempat tempat di dalam pasar.

b. Keandalan (Aspek Non Fisik)

Tingkat keandalan dari sebuah kebijakan revitalisasi pasar dapat diukur dari sejauh mana proses manajemen revitalisasi tersebut dapat berlangsung secara kontinue pada pasar Kalisat. Proses manajemen disini tercermin dari kegiatan monitoring petugas pasar Kalisat yang semakin lama pasca revitalisasi semakin jarang dilakukan. Sehingga terdapat kendala kurang maksimal dalam pencapaian tujuan dari revitalisasi pasar itu sendiri.

Dalam teori revitalisasi terdapat perbedaan antar teori dengan fakta yang ada di pasar Kalisat itu sendiri, keandalan dapat tercapai jika adanya sebuah konsistensi kerja. Adanya sebuah masalah dari setiap perencanaan itu adalah hal yang sangat dimungkinkan, sehingga perlu sekali konsistensi dari pihak pengelola pasar dalam menjalankan tugasnya dalam program tersebut, sehingga dari permasalahan yang timbul terutama oleh

para pedagang yang ada di pasar Kalisat dapat diatasi dengan cepat seperti permasalahan dalam analisis variabel sebelumnya. Sedangkan dalam realisasinya proses monitoring dan evaluasi program pengembangan pasar Kalisat yang dilakukan oleh Pengelola pasar tidak berjalan secara konsisten, salah satu permasalahan yang dituturkan oleh para pedagang pasar adalah pengawasan dari pihak pengelola pasar yang hanya berjalan pasca terdekat revitalisasi pasar Kalisat dan kira-kira hanya berjalan selama empat bulan, padahal program pengembangan pasar tradisional melalui revitalisasi pasar adalah program jangka panjang, sehingga membutuhkan kekonsistensian dari pihak pengelola pasar itu sendiri.

Aspek keandalan (non fisik) meliputi manfaat kebijakan dapat dirasakan secara merata oleh seluruh pihak dan keikutsertaan pedagang dalam pelaksanaan dan pengawasan program. Pedagang hanya dilibatkan dalam pelaksanaan program tapi tidak dilibatkan dalam pengawasan program. Kegiatan monitoring dan evaluasi program dalam kebijakan pengembangan pasar tradisional dilaksanakan pengelola secara tunggal. Namun masyarakat tidak dilibatkan dalam pemantauan dan pengawasan program kebijakan pengembangan pasar tradisional. Sedangkan petugas pasar pun tidak continue dalam monitoring dan evaluasi pasca revitalisasi pasar Kalisat. Sehingga hasil dari pengembangan pasar tersebut

tidak maksimal karena permasalahan-permasalahan yang timbul baik keluhan maupun saran dari para pedagang diabaikan oleh para petugas pasar, sehingga penyampaiannya terhadap para petugas lebih kepada manipulasi program yang tidak berjalan. Akibatnya tujuan dari revitalisasi pasar tersebut tidak mencapai target yang diinginkan.

c. Aspek Ekonomi (Jaminan)

Para pedagang yang diteliti mengungkapkan jika dilihat dari aspek ekonomi setelah adanya revitalisasi maka pendapatan mereka cenderung tetap tidak ada kenaikan kecuali pada pedagang tertentu dan di bulan tertentu saja yang kadang ada peningkatan. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan tujuan dari kebijakan revitalisasi, dimana tujuan akhir dari adanya revitalisasi adalah mencapai kesejahteraan untuk seluruh masyarakat.

Indikator jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal. Berbeda dengan hasil dari pelaksanaan dari pengembangan pasar Kalisat yang tidak ada tambahan kesejahteraan yaitu dengan menurunnya pendapatan yang diakibatkan lebih sedikitnya pembeli yang masuk kedalam pasar, sehingga barang dagangan pun kurang laku terjual.

Indikator dari aspek ekonomi yaitu hasil kebijakan memuaskan kebutuhan publik. Sasaran yang diharapkan dalam kebijakan pengembangan pasar tradisional belum tercapai sehingga kebijakan ini belum memuaskan kebutuhan publik. Para pedagang di Pasar Kalisat masih mengeluhkan mengenai kondisi pasar yang relatif biasa bahkan lebih sepi dibandingkan dengan pasar yang dulu, sehingga pendapatan yang diperoleh relatif tetap bahkan menurun dari sebelum diadakannya revitalisasi pasar. Jadi, strategi pengembangan pasar tradisional melalui revitalisasi pasar dari sisi aspek ekonomi dirasa belum mencapai kepuasan, dalam hal ini dilihat dari segi pendapatan yang cenderung tetap bahkan menurun.

d. Aspek Fisik

Aspek fisik yang ada di pasar Bundeg Durin Timur Konang meliputi fasilitas umum (perbaikan bangunan, mengadakan fasilitas yang tidak ada seperti WC Umum) dan peningkatan kebersihan serta keamanan. Berdasarkan teori kemampuan fisik oleh Parasuraman, yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung atau wujud merupakan satu indikator yang paling kongkrit, wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.

Dalam hal ini faktor-faktor yang terkait dengan fasilitas fisik yang ada setelah revitalisasi pasar Kalisat diantaranya adalah

pembaharuan bangunan, perbaikan kamar mandi pasar yang secara fisik sudah dilaksanakan oleh pengelola pasar. Akan tetapi para pedagang mengeluhkan kurangnya fasilitas pendingin ruangan yang membuat para pedagang kurang nyaman didalam ruangan tersebut. Yang paling mendasari adalah atap bangunan yang dipasang bukan dari genteng, serta streamin disetiap kiosnya, sehingga menimbulkan kurangnya ventilasi udara yang masuk. Sehingga ketika siang terasa pengap dan panas dengan tempat yang sedikit menyempit ukurannya.

Kriteria yang paling penting dalam aspek fisik yaitu terciptanya kondisi pasar yang aman, nyaman dan bersih bagi konsumen, menciptakan pasar yang berdaya saing sehingga lebih kompetitif, dan mengurangi potensi konflik dengan masyarakat. Pada pengembangan pasar tradisional yang dapat mendukung pertumbuhan pasar tradisional yaitu dengan menciptakan kondisi pasar yang aman, bersih dan nyaman sehingga konsumen lebih suka berbelanja di pasar tradisional dibandingkan di tempat lain. Untuk menghadapi usaha-usaha lain seperti toko serba ada, mini market dan pasar swalayan maka pasar tradisional harus menjadi usaha yang kompetitif supaya tidak kalah dari usaha lainnya.

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 Kalisat.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan dan analisis yang telah dilakukan tentang strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang di Pasar Kalisat Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional yang dilakukan Pengelola Pasar dalam rangka meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang melalui revitalisasi pasar tradisional bertujuan meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar yang lain sehingga bukan hanya meningkatkan pendapatan pedagang tapi juga meningkatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar, dan tujuan akhir dari program tersebut adalah mencapai kesejahteraan pedagang. Revitalisasi tersebut menghasilkan empat aspek diantaranya aspek sosial, aspek non fisik, aspek ekonomi dan aspek fisik.
2. Analisis strategi pengembangan pasar dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang di pasar Kalisat mencakup empat aspek diantaranya aspek sosial, aspek non fisik, aspek ekonomi dan aspek fisik. Dari analisis keempat aspek tersebut para pedagang merasa belum puas, karena sistem penindak lanjutan keluhan dan saran yang lambat, sarana

dan prasarana yang belum optimal dan kesejahteraan pedagang dalam hal pendapatan tidak maksimal (tetap) bahkan menurun. hal ini, tidak sesuai dengan anjuran Islam yang mengajarkan bahwa setiap kebijaksanaan, keputusan, peraturan, perundangan undangan yang dibuat oleh lembaga negara harus memuat hal yang dapat memelihara dan mewujudkan kemaslahatan umat.

## **B. Saran**

1. Bagi Pengelola Pasar, hendaknya meningkatkan pengawasan dan segera menindak lanjuti keluhan dan saran dari para pedagang terhadap ketidakpuasan yang disampaikan oleh para pedagang. sehingga, tujuan dari revitalisasi pasar dapat tercapai.
2. Bagi peneliti hendaknya lebih meningkatkan penelitian lebih luas lagi agar hasil penelitiannya dijadikan acuan sebagai bahan intropeksi bagi lembaga agar kebijakannya menuju kepada kesejahteraan umat.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KH ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER



## DAFTAR PUSTAKA

[al-Muthaffifin/83:1-6]

A.A Mirah Pradnya Paramita dan A.A Ketut Ayuningsasi, Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Peninjoan, *Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 2013

Al Quran, 25/20.

Anomin ,Pengertian Revitalisasi', dalam [www. Scribd.Com](http://www.Scribd.Com), diambil Pada Tanggal 19 Februari 2020 pukul 14.26 Wib.

Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2003).

Benjamin B. Tregoe. *Strategi Manajemen* (Ja Edge 1980).

Bracker, 1980; Stead & Stead, 2008, Vol. 5( *Academy of Management Review* 1980).

Danisworo, Anonim ,Pengertian Revitalisasi', (Jakarta; Adi Buana, 2012).

Dewi Rokhmah Et. Al, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jember: UPT Penerbitan UNEJ).

Djoko Muljono, *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam* (Yogyakarta: Andi, 2012).

Djoko Sudantoko, *Dilema Otonomi Daerah* (Yogyakarta: ANDI, 2005).

Dwi Susanti Dkk, Jurnal, ,*Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur*', Vol.2, No.2 Agustus 2015.

Dyah Arum Istiningtyas, *Skripsi ,Analisis Kebijakan dan Strategi Pasar Tradisional di Kota Bogor*', Institut Pertanian Bogor, 2008.

Eko Murdianto, *Penelitian Kualitatif (Teori Dan Aplikasi Disertai Contoh Proposal)*, (Yogyakarta: LP2M UPN "Veteran" Yogyakarta Press, Edisi.I, 2020.).

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2002).

Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam* (Cilacap: Pustaka El-Bayan, 2012).

- Fathul Aminudin Aziz, *Manajemen Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Adi Buana 2012).
- Gunawan Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007)
- Hestanto, *Pengertian Pendapatan*. (Yogyakarta: BPFE, 2011).
- Hestanto, *Pengertian Pendapatan*, dalam <https://www.hestanto.web.id/pengertian-pendapatan/>, diambil tanggal 18 Februari 2020, pukul 21.45 Wib.
- Ikhwan Abidin Basri, *Menguak Pemikiran Ekonomi Ulama Klasik* (Jakarta: Aqwam, 2007).
- Irmah Halimah Bachtiar, *Akuntansi Dasar*, (Yogyakarta : Budi Utama 2019).
- Isti Khomah "Etika Sabariah. *Manajemen Strategis* ( Yogyakarta Pustaka Pelajar 2016).
- J. Winardi, *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change)* Edisi Pertama (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015)
- Johannes, 'Kepuasan Pelanggan: Riviw Dan Pengembangannya Dalam Melakukan Penelitian', dalam <https://www.google.co.id>, Diambil Selasa, 19 November 2020, pukul 17.03 Wib
- Juliansyah Noor, *Penelitian Ilmu Manajemen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013).
- Komaruddin, *Manajemen Berdasarkan Sasaran* (Jakarta: Bumi Aksara,).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005).
- M.Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif*.( Yogyakarta: Pustaka Pelajar.2015).
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal* (Jakarta:Bumi Aksara, 2009).
- Margaret Dale, *Meningkatkan Keterampilan Manajemen ,Teknik Teknik Meningkatkan Pembelajaran Dan Kinerja*' (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2013).

- Margaret Dale, *Meningkatkan Keterampilan Manajemen ,Teknik Teknik Meningkatkan Pembelajaran Dan Kinerja'* (Jakarta: Bhuana Ilmu Populer, 2013).
- Mustafa Edwin Nasution, *dkk, Pengenalan Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2006).
- Natalia Tandiallo dan Ignasius Narew, “*Pengaruh Modal, Biaya, dan Volume Penjualan Terhadap Keuntungan Pedagang Pakaian Bekas di Kota Timika*”, *Jurnal Ulet* Vol. 5 No. 1, 2021.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 Tahun 2008 tentang *Pedoman dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan toko Modern*
- PERATURAN PRESIDEN (PERPRES) NO. 112, *Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional*, LLSETKAB.
- PERDA kabupaten Bangkalan nomor 5 tahun 2016 tentang *Perlindungan Pasar Tradisional dan penataan pasar modern.*
- Perpres RI No. 112 Tahun 2007 tentang *Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.*
- Philip Kotler Dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2011).
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 2006).
- Poerwadinata, W.J.S., *Pengertian Pedagang* (Jakarta: KBBI).
- PSAK paragraf 06 Ikatan Akuntan Indonesia (2010).
- QS. Ad-Dhuha
- Qur'an Kemenag, di akses 1 Agustus 2023 <http://quran.kemenaq.go.id/quran/per-Ayat/surah/13?from=1&to=>
- Resti Putri Lestari, “ Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam” (UIN-SU Medan, pada tanggal 29 Juli 2019)

- Riskintasetepu, 'Pengertian Revitalisasi', Dalam <https://brainly.co.id/tugas/396926>, diambil tanggal 18 Februari 2020, pukul 13.34 Wib
- Rustam Kamaludin, *Pengantar Ekonomi Pembangunan* (Jakarta: FEUI, 2011).
- Sakur, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Bunder Desa Durin Timur Konang Bangkalan" (Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah, Bangkalan, 2020)
- Samuelson Dan Nordhaus, *Ilmu Mikro Ekonomi* Terj. Nur Rosyidah Dkk (Jakarta: Media Global Edukasi, 2007).
- Sharon L. Lechter, *Rich Dad Poor Dad For Teens*, (Jakarta : PT Sun 2006).
- Siti Arifah, "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, Jember, 2019)
- Sugi, 'Pengertian Pendapatan' dalam <https://cpssoft.com/blog/bisnis/mengenal-pengertian-pendapatan-dan-jenis-jenis-pendapatan/>, diambil tanggal 19 Februari 2020, pukul 20.13 Wib.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Suryadi, "Strategi Pengembangan Pasar Segar Depok" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2014)
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: IAIN Jember Press, 2018).
- Tisnawati Sule Ernie & Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2005)
- Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012).
- Ucang Sukristo, *Skripsi, Analisis kelayakan Revitalisasi pasar Umum Gubug Kabupaten Grobogan*, STAI Grobogan Jawa Tengah, 2012.

Ummu Sholehah, *Skripsi, Strategi Pengembangan Pasar tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas, Jawa Tengah)*, IAIN Purwokerto, 2016.

Utami Dewi, “Perkembangan Pasar Tradisional Menghadapi Gebrakan Pasar Modern di Kota Yogyakarta” (Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2014)

Yohanes Lamarto, *Fundamentals Of Marketing (Sevent Edition)* (Yogyakarta: Erlangga, 2001).



### Matrik Penelitian

JUDUL	RUMUSAN MASALAH	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN
Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Di Pasar Kalisat Kabupaten Jember	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagaimakah pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan Kepuasan Dan pendapatan pedagang Di Pasar Kalisat Desa Kalisat ?</li> <li>2. Bagaimana analisis Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Kalisat Desa Kalisat Tahun 2023 ?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan Kepuasan Dan pendapatan pedagang.</li> <li>2. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar yang lain.</li> <li>2. Mampu Mengetahui Kondisi Pasar</li> </ol>	<p>Dalam hal ini peneliti memilih beberapa subjek penelitian sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Pengelola Pasar Tradisional Kalisat</li> <li>b. Pedagang Sembako Pasar Tradisional Kalisat</li> </ol>	<p>Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi.</p>

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH. ACHMAD SIDDIQ

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Romdan Wahyudi  
Nim : E20192139  
Jurusan / Prodi : Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah  
Alamat : Dusun Krajan RT/RW 006/004 Desa Ajung  
Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Kalisat Kabupaten Jember”** adalah benar-benar karya asli saya. Kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini di buat dan dapat di gunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 06 November 2024  
Saya yang menyatakan



**ROMDAN WAHYUDI**  
**NIM. E20192139**

## PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya Pasar Kalisat?
2. Apa yang menjadi Visi dan Misi Pasar Kalisat?
3. Berapa jumlah pedagang yang ada di Pasar Kalisat?
4. Kekuatan apa yang dimiliki pengelola Pasar Kalisat dalam mengelola pasar tradisional ini ?
5. Bagaimana perkembangan dari awal sampai sekarang kegiatan perdagangan pada pasar Pasar Kalisat?
6. Ancaman dan kendala apa yang dihadapi dalam mengelola pasar Pasar Kalisat?
7. Apa perbedaan antara kegiatan pasar yang dulu sebelum adanya perbaikan dan pembaharuan ?
8. Apa saja usaha pengelola pasar untuk lebih meningkatkan perekonomian pasar Pasar Kalisat?
9. Strategi apa yang digunakan agar pasar tradisional ini tetap bersaing dengan toko-toko modern ?
10. Bagaimana perkembangan pasar kedepannya ?
11. Apakah sarana prasarana Pasar Kalisat sudah baik dan memadai ?
12. Apa saja peluang yang didapatkan dalam berdagang di Pasar Kalisat?
13. Bagaimana keamanan dan ketertiban yang ada di Pasar Kalisat?
14. Sejak kapan anda mulai berdagang di Pasar Kalisat?
15. Apakah ada kendala ketika bertransaksi perdagangan di Pasar Kalisat?
16. Apakah perekonomian anda semakin meningkat setelah berdagang di Pasar Kalisat ?
17. Apa saja usaha yang dilakukan untuk lebih menarik hati pembeli agar tetap bertahan menjadi pelanggan ?
18. Apakah ada tambahan keuntungan setelah pasar ini di perbaiki tatanannya ?
19. Apa yang menjadikan anda tetap bertahan untuk berdagang di Pasar Kalisat ?
20. Strategi apa yang dilakukan untuk terus bertahan dalam bersaing baik antar pedagang tradisional maupun toko toko yang sudah mulai modern ?





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136  
Telp. (0331) 487550 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id  
Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-*98*/Un.22/7.a/PP.00.9/08/2024  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Ijin Penelitian**

12 Agustus 2024

Kepada Yth.  
Kepala Pasar Kalisat  
Jln, Dr Wahidin, Kalisat, Jember, Jawa Timur 68193

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diijinkan mahasiswa berikut :

Nama : Romdan Wahyudi  
NIM : E20192139  
Semester : XI (Sebelas)  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Prodi : Ekonomi Syariah

untuk mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Pendapatan Para Pedagang Di Pasar Kalisat Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember di lingkungan lembaga wewenang Bapak/Ibu..

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.



**Nur Widyawati Islami Rahayu**



## SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sutrisno  
Nim : Ketua Pasar Kalisat

Menerangkan Bahwa:

Nama : Romdan Wahyudi  
Nim : E20192139  
Jurusan / Prodi : Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah  
Alamat : Dusun Krajan RT/RW 006/004 Desa Ajung  
Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember

Telah menyelesaikan penelitian di Pasar Kalisat dengan judul **“Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Kalisat Kabupaten Jember”** Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 06 Oktober 2024  
Saya yang menyatakan



**Sutrisno**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos. 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**


Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Romdan Wahyudi  
NIM : E20192139  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Kalisat Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 28 Oktober 2024  
Operator Aplikasi DrillBit  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
Luluk Musfiroh





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur Kode Pos. 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN**

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Romdan Wahyudi  
NIM : E20192139  
Semester : 11

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 08 November 2024  
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,

**Sofiah M.E.**  
NIP.199105152019032005



## BIODATA PENULIS



### A. Data Pribadi

Nama : Romdan Wahyudi  
NIM : E20192139  
Tempat, tanggal Lahir : Jember, 15 Desember 2000  
Alamat : Dusun Krajan RT/RW 006/004 Desa Ajung  
Kecamatan Kalisat Kabupaten Jember  
No Hp : 089680630042  
Alamat Email : romdanwahyudi6@gmail.com

### B. Riwayat Pendidikan

TK : TK Nurul Huda  
SD : SDN Ajung 1 Kalisat  
SMP : SMP Negeri 1 Kalisat  
SMA : SMAU BPPT Darus Sholah Jember  
Perguruan Tinggi : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq  
Jember