

**STRATEGI PENJUALAN PRODUK DAN JASA SEBELUM
DAN SESUDAH REVITALISASI PASAR MANGGISAN
KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan
Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh :

Muhammad Adam Maulidi

NIM : E20182277

Pembimbing :

Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si

NIP. 19750905 200501 2 003

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JULI 2022**

**STRATEGI PENJUALAN PRODUK DAN JASA SEBELUM
DAN SESUDAH REVITALISASI PASAR MANGGISAN
KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

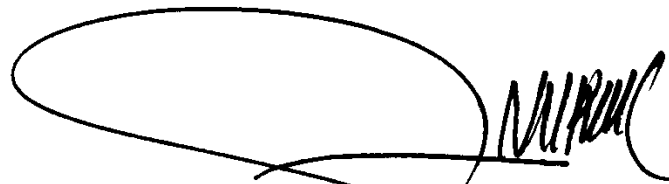
Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
Jember untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan
Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah

Disusun Oleh :

Muhammad Adam Maulidi

NIM : E20182277

Disetujui Pembimbing :



Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si

NIP. 19750905 200501 2 003

**STRATEGI PENJUALAN PRODUK DAN JASA SEBELUM
DAN SESUDAH REVITALISASI PASAR MANGGISAN
KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
prasyarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Rabu

Tanggal : 29 Juni 2022

Tim Penguji

Ketua



Nur Ika Mauliyah, M.Ak
NIP. 198803012018012001

Sekretaris



Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M
NIP. 198509152019032005


Anggota:

1. Prof. Dr.H. Babun Suharto,S.E., MM.
2. Dr. Nurul Widyawati IR, S.Sos., M.Si



Menyetujui
Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Kholidan Rifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

وَلَا تَسْتَوِ الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ۗ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ

Artinya : Kebaikan tidak sama dengan kejahatan. Tolaklah kejahatan itu dengan cara yang lebih baik sehingga yang memusuhimu akan seperti teman yang setia. (Q.S Fusshilat: 34)¹



digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹ Al-Qur'an, 41:34

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta maunah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Semoga skripsi ini dapat membawa berkah dan Ridho di sisi-Nya. Sebagai tanda terimakasih, maka saya persembahkan karya ini kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Bahrudin dan Ibu Hamiya, terimakasih atas kasih sayang yang telah diberikan selama ini dan yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun moril, serta do'a terbaik yang selalu dipanjatkan untuk saya. Semoga ayah dan ibu selalu di berkahi oleh Allah SWT dalam setiap langkah yang dipijakan.
2. Sodara kandung saya, kakak saya Muhammad Agil Mashudi dan adik saya Nadiya Nur Jannah tersayang yang selalu memberikan motivasi, semangat serta do'a untuk keberhasilanku.
3. Untuk semua teman-teman yang selalu ada, yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu namanya, terimakasih karena telah bersedia untuk menjadi teman berbagi cerita baik suka maupun duka serta berbagai pengalaman yang telah diberikan selama ini.
4. Kepada saudara-saudara organisasiku Persaudaraan Setia Hati Terate khususnya Rayon Wonosari yang telah banyak mengajarkanku arti kebersamaan dan arti persaudaraan.
5. Seluruh Guru sekolah mulai SD sampai SMA, dan Dosen yang telah memberikan ilmu bermanfaat.

6. Rekan-rekan seperjuangan kelas Ekonomi Syariah 06 angkatan 2018 tercinta yang saling memberikan dukungan dan motivasi selama menempuh pendidikan di UIN KHAS Jember.
7. Almamater kebanggaan UIN KHAS Jember, terimakasih karena telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT sang penguasa Alam Semesta. Sungguh atas nikmat dan anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya.

Terselesaikannya skripsi berjudul “Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Manggis Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember”, tidak terlepas dari adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak terkait. Maka sebagai penghargaan penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku Rektor UIN KHAS Jember yang telah menyediakan fasilitas selama penulis berada di UIN KHAS Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberi kemudahan dalam proses pembuatan skripsi.
4. Ibu Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si , sebagai Dosen Pembimbing sekaligus sebagai DPA saya yang telah banyak berkontribusi dan memberikan arahan serta motivasi dalam menyusun skripsi ini.
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
5. Bapak M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Koordinator Program Studi

Ekonomi Syariah.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, lebih khusus kepada yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama menuntut ilmu di UIN KHAS Jember.
7. Semua partisipan yang telah ikut serta membantu dalam proses penyelesaian karya tulis ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan belum sempurna. Untuk itu, besar harapan penulis menunggu kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan karya tulis ilmiah di masa mendatang. Dan semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan, khususnya penulis sendiri.

Jember, 16 Juni 2022

Penulis

Muhammad Adam Maulidi
NIM. E20182277

ABSTRAK

Muhammad Adam Maulidi, Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si, 2022: Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Manggis Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Aktifitas dalam jual beli ialah salah satu bagian yang di butuhkan manusia untuk memenuhi kebutaha sehari-harinya. Kebanyakan masyarakat melakukan aktivitas jual beli di pasar. Yang mana pasar adalah salah satu tempat yang menjadi pusat perekonomian. Sejarah awal pasar diciptakan dikarenakan masyarakat menginginkan berbagai macam kebutuhan dalam kehidupan. Saat masih mata uang belum ditemukan penduduk bertransaksi dengan cara menukan barang dengan barang yang memiliki nilai yang sama atau biasa di sebut sistem barter. Pada awalnya pertukaran terjadi di berbagai tempat, pada akhirnya masyarakat memutuskan untuk menentukan tempat pertukaran agar lebih mudah di lakukan saat melakukan transaksi.

Fokus penelitian skripsi ini yaitu: 1) Bagaimana Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sebelum Revitalisasi Pasar Manggis?, 2) Bagaimana Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sesudah Revitalisasi Pasar Manggis?, 3) Apa Saja Kendala Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Setelah Revitalisasi Pasar Manggis?.

Tujuan penelitian skripsi ini yaitu: 1) Untuk Mendeskripsikan Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sebelum Revitalisasi Di Pasar Manggis, 2) Untuk Mendeskripsikan Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sesudah Revitalisasi Di Pasar Manggis, 3) Untuk Mendeskripsikan Apa Saja Kendala Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Setelah Revitalisasi Di Pasar Manggis.

Kesimpulan, 1. Stategi penjualan pedagang sebelum dilakukannya revitalisasi yaitu pedagang tidak banyak menggunakan strategi dalam pejualannya, pedagang hanya menggunakan cara berjualan seperti biasanya mencari agen yang menjual prouk lebih murah, menjaga kualitas produknya, dan memilih tempat berjualan yang strategis, 2. Strategi yang dilakukan pedagang setelah berada di lahan yang baru, pedagang memiliki cara berjualan yang berbeda-beda, dimulai dari penetapan harga, penentuan produk, pendistribusian dan promosi yang dilakukan, hal ini dikarenakan pedagang masih harus beradaptasi lagi sesuai dengan kondisi pasar yang sekarang, 3. Kendala yang dialami pedagang kebanyakan dari segi tempat berjualan yang diberikan, karena tempat yang baru terbilang lebih sempit dari sebelumnya, selain dari tempat kendala yang dialami pedagang ialah pedagang masih harus beradaptasi lagi dari awal apalagi banyaknya pesaing-pesaing baru yang juga berjualan di lahan yang baru.

Kata Kunci: Pasar Tradisional, Revitalisasi Pasar, Strategi Penjualan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

ABSTRACT

Muhammad Adam Maulidi, Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si, 2022: *Product and Service Sales Strategy Before and After Revitalizing Manggisan Market, Tanggul District, Jember Regency.*

Activities in buying and selling are one part that humans need to fulfill their daily needs. Most people carry out buying and selling activities in the market. The market is one of the places that is the center of the economy. The early history of the market was created because people wanted various kinds of needs in life. When currency was still not found, residents transacted by entering goods with goods of the same value or commonly known as a barter system. At first the exchange took place in various places, in the end the community decided to determine the place of exchange to make it easier to do when making transactions.

The focus of this thesis research are: 1) What is the Sales Strategy for Community Products and Services Before the Manggisan Market Revitalization?, 2) What is the Community Product and Service Sales Strategy After the Manggisan Market Revitalization?, 3) What are the Obstacles to the Product and Service Sales Strategy After the Manggisan Market Revitalization?.

The research objectives of this thesis are: 1) To describe the sales strategy of community products and services before the revitalization at the Manggisan market, 2) to describe the sale of public products and services after the revitalization at the mangosteen market, 3) to describe what are the obstacles to the sales strategy of products and services after the market revitalization. Revitalization in Manggisan Market.

Conclusions, 1. The sales strategy of traders before the revitalization was carried out, namely traders did not use many strategies in their sales, traders only used the usual way of selling, looking for agents who sell cheaper products, maintain the quality of their products, and choose strategic places to sell, 2. Strategies carried out traders after being in a new land, traders have different ways of selling, starting from pricing, product determination, distribution and promotion, this is because traders still have to adapt again according to current market conditions, 3. experienced by traders mostly in terms of the places to sell that are given, because the new place is somewhat narrower than before, apart from where the obstacles experienced by traders are traders still have to adapt again from the beginning especially the many new competitors who are also selling on the new land.

Keywords: Traditional Market, Market Revitalization, Sales Strategy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN..... ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

MOTTO iv

PERSEMBAHAN..... v

KATA PENGANTAR..... vii

ABSTRAK ix

ABSTRACT..... x

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR..... xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Fokus Penelitian 5

C. Tujuan Penelitian 5

D. Manfaat Penelitian 6

E. Definisi Istilah 8

F. Sistematika Pembahasan 10

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu	12
B. Kajian Teori	24
1. Macam-Macam Strategi Penjualan	24
2. Konsep Revitalisasi Pasar	28
3. Jenis-Jenis Pasar	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian.....	32
C. Subyek Penelitian.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik Analisis Data.....	36
F. Keabsahan Data.....	36
G. Tahap-tahap Penelitian.....	37

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian	39
B. Penyajian Data dan Analisis.....	45
C. Pembahasan Temuan.....	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	76
---------------------	----

B. Saran..... 77

DAFTAR PUSTAKA 78

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Matrik Penelitian

Lampiran 2 : Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 3 : Surat Rekomendasi Bakesbakpol

Lampiran 4 : Surat Pengantar Dari Disperindak

Lampiran 5 : Surat Selesai Penelitian

Lampiran 6 : Jurnal Penelitian

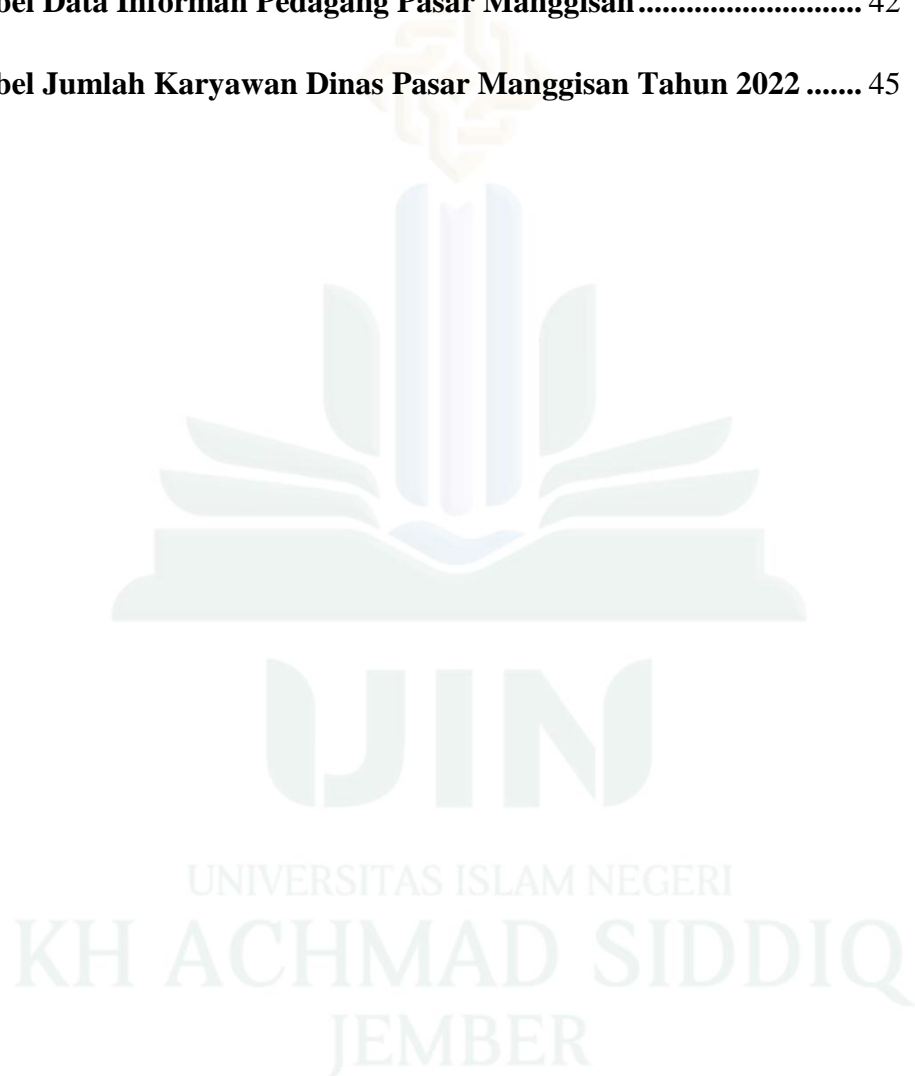
Lampiran 7 : Dokumentasi

Lampiran 8 : Biodata Penulis



DAFTAR TABEL

NO	HAL
2.1. Tabel Penelitian Terdahulu.....	21
4.1 Tabel Data Informan Pedagang Pasar Manggisan.....	42
4.2 Tabel Jumlah Karyawan Dinas Pasar Manggisan Tahun 2022	45



DAFTAR GAMBAR

NO	HAL
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Dinas Pasar Manggis	44



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan suatu kebutuhan yang dibutuhkan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari agar tercukupi. Dalam setiap interaksi didalam kehidupan pasti terdapat perekonomian baik dari segi perindustrian, pertanian, perdagangan dan banyak lagi lainnya. Oleh sebab itu manusia tidak dapat dipisahkan dari hal perekonomian, karena ekonomi termasuk salah satu roda dalam kehidupan yang akan selalu berputar untuk merubah manusia ke dalam perubahan yang lebih baik.²

Aktivitas dalam jual beli ialah salah satu bagian yang di butuhkan manusia untuk memenuhi kebutaha sehari-harinya. Kebanyakan masyarakat melakukan aktivitas jual beli di pasar. Yang mana pasar adalah salah satu tempat yang menjadi pusat perekonomian. Sejarah awal pasar diciptakan dikarenakan masyarakat menginginkan berbagai macam kebutuhan dalam kehidupan. Saat masih mata uang belum ditemukan penduduk bertransaksi dengan cara menukan barang dengan barang yang memiliki nilai yang sama atau biasa di sebut sistem barter. Pada awalnya pertukaran terjadi di berbagai tempat, pada akhirnya masyarakat memutuskan untuk menentukan tempat pertukaran agar lebih mudah di lakukan saat melakukan transaksi.³

² Heri Irawan, *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai* (Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar, 2017), 1

³ Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 1

Penjualan ialah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnis yang dilakukan agar tetap berkembang dan mendapatkan keuntungan yang ingin dicapai. Penjualan juga dapat diartikan sebagai cara dalam melakukan aktifitas menjual, dari setiap penetapan harga produk sampai pendistribusian ke pada pembeli atau konsumen.⁴

Pasar merupakan lokasi atau tempat proses dalam interaksi setiap konsumen dan produsen dari setiap yang dilakukan baik barang atau jasa tertentu, pada akhirnya dapat menentukan setiap harga dalam penjualannya. Sehingga setiap proses yang dilakukan antara konsumen dan produsen yang setiap bertemunya antara pembeli dan penjual, maka harga yang disepakati oleh keduanya pasti akan terbentuk.⁵ Pasar biasa juga disebut sebagai tempat atau sarana dalam pertukaran baik produk dan jasa dimulai dari awal peradaban manusia.⁶

Revitalisasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menghidupkan dan menguatkan ustau wilayah atau tempat yang mengalami penurunan eksistensi akibat perkembangan zaman. Revitalisasi pasar ialah suatu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kembali kondisi pasar tradisional dapat berupa perbaikan keadaan fisik maupun non fisik. Dengan menyelaraskan pasar bersamaan dengan lingkungannya sesuai ketentuan kebutuhan masyarakat dan peningkatan identitas suatu kawasan atau wilayah.

⁴ M. Nafarin, *penganggaran perusahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166.

⁵ M. Fuad Dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 120. digilib.uinkhas.ac.id

⁶ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei) Uii Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 301.

Dengan adanya perbaikan pasar yang dilakukan dapat membawa kesejahteraan bagi ekonomi pedagang yang berada di pasar tradisional. Pembetulan dalam berbagai hal fisik maupun non fisik diharapkan mampu meningkatkan kualitas serta daya saing dari pasar tradisional sehingga mampu bersaing dari pasar modern.⁷

Di kota Tanggul Kabupaten Jember terdapat 3 Pasar Tradisional yaitu Pasar Raya Tanggul, Pasar Manggisan Tanggul dan Pasar Sapi Seninan. Pasar Manggisan sendiri merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pasar Manggisan terletak di Jalan HOS. Cokroaminoto, Tekoan, Tanggul Kulon, Kec. Tanggul, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68155.⁸

Pada bulan November tahun 2018 pasar tradisional Manggisan mulai dilakukan proyek *revitalisasi* oleh pemerintah Kab Jember. Agar pedagang tidak kehilangan lahan untuk berjualan pemerintah Kab Jember memindahkan pedagang yang sebelumnya memiliki tempat di Pasar Manggisan di pindahkan ke pasar Sapi Seninan. Lahan yang baru ini terletak di sebelum perempatan menuju ke Alun-alun Tanggul. Lahan yang baru ini memiliki kelebihan yaitu tempat yang lebih strategis dari pada sebelumnya.⁹ Meskipun memiliki tempat yang lebih strategis pasar baru ini memiliki kendala yang berdampak kepada pedagang, dari banyaknya pedagang yang dipindahkan pada

⁷ Kadek Cyntia Pratiwi Dan I Nengah Kartika, *Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading*, E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana 8.7 (2019) digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸ Dinas Pemerintah Pasar Manggisan Kabupaten Jember

⁹ Ibid.

lahan baru, penjualan mengalami sedikit kesulitan di karenakan pedagang yang awalnya memiliki tempat berjualan yang cukup lebar kini memiliki tempat berjualan yang lebih kecil. Hal ini sangat mempengaruhi penjualan para pedagang yang biasanya dalam satu tempat pedagang terdapat macam-macam barang yang di jual kini mulai berkurang tentu hal ini sangat berpengaruh pada pendapatan pedagang saat ini. Dari hasil wawancara pada salah satu pemilik toko yakni ibu Hamiyah, yang biasanya pada toko ibu Hamiyah berjualan baju yang cukup banyak saat ini ibu Hamiyah mengurangi berjualan baju dikarenakan kurang produktif pada saat ini, untuk menutupi kekurangan tersebut ibu Hamiyah berjualan plastik karena plastik berpotensi lebih laku dari pada baju. Hal ini berlaku pada beberapa pedagang lainnya yang mengurangi dagangan sebelumnya seperti penjual sembako yang bernama ibu Muslimah, pada toko sebelumnya dagangan yang beliau jual sangat banyak dan pada saat ini sudah mulai berkurang yang awalnya dalam sebuah toko ibu Yeni dapat menampung barang dagangannya lebih banyak, di karenakan penempatan toko yang lebih sempit dari pada sebelumnya jadi penempatan barang yang ada di toko tersebut kurang maksimal, permasalahan ini sama halnya dengan ibu Misnaya dan penjual sembako lainnya. Hal ini juga berlaku pada pedagang lainnya seperti Sayuran, pedagang Daging, pedagang Ciki-ciki Dll. Serta jam oprasional pasar yang berubah yaitu yang biasanya pembukaan pasar sebelum di revitalisasi dibuka dari jam 4 pagi dan

tutup pada jam 5 sore dan setelah di pindah pembukaan pasar dimulai dari jam 1 malam sampai jam 12 siang.¹⁰

Dengan melihat permasalahan yang di hadapi oleh para pedagang tersebut, terdapat perubahan yang cukup besar yang dialami oleh masyarakat pasar tradisonal Manggisan. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana cara pedagang untuk menjual dagangannya tersebut, yang akan dituangkan dalam sebuah penelitian dengan judul **“STRATEGI PENJUALAN PRODUK DAN JASA SEBELUM DAN SESUDAH REVITALISASI PASAR MANGGISAN KECAMATAN TANGGUL KABUPATEN JEMBER”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka fokus penelitian yang dapat di identifikasikan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sebelum Revitalisasi Pasar Manggisan?
2. Bagaimana Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sesudah Revitalisasi Pasar Manggisan?
3. Apa Saja Kendala Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Setelah Revitalisasi Pasar Manggisan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini merupakan suatu gambaran tentang sesuatu yang dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada

¹⁰ Hasil wawancara pada beberapa pedagang, tanggal 23 Oktober 2020.

masalah-masalah yang telah dirumuskan pada sebelumnya.¹¹ Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Mendeskripsikan Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sebelum Revitalisasi Di Pasar Manggisan
2. Untuk Mendeskripsikan Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sesudah Revitalisasi Di Pasar Manggisan
3. Untuk Mendeskripsikan Apa Saja Kendala Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Setelah Revitalisasi Di Pasar Manggisan

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ialah suatu kontribusi apa yang bis diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaannya dapat berupa berbagai kegunaan yang bersifat teoritis dan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, pasar dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistik.¹² Penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi beberapa pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Menyampaikan bebrapa tambahan wawasan ilmu pengetahuan, serta memperbanyak pengetahuan terutama mengenai strategi yangdiguanaakan pedagang terhadap penjualan dipasar baik sebelum dan sesudah *revitalisai*. Dan juga dapat dijadikan sebagai rujukan bagi

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹¹ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, (Jember: IAIN Jember,2018), 83.

¹² Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 83.

penelitian selanjutnya, baik bagi peneliti yang lain maupun peneliti yang bersangkutan sehingga dapat dilakukan secara berkelanjutan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti ialah sebagai bagian dari studi untuk melengkapi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Penelitian ini merupakan media untuk merubah wawasan dan menambah wawasan bagi peneliti tentang bagaimana menulis karya ilmiah yang baik, guna sebagai bekal mengadakan penelitian dan penulisan karya ilmiah.

b. Bagi Pedagang

Memberikan tambahan wawasan utamanya kepada pedagang Pasar manggis Kab Jember berupa ilmu pengetahuan. Sehingga bisa dijadikan sebagai tambahan kemajuan terhadap penjualan di pasar tersebut.

c. Bagi UIN KHAS Jember

Dalam penelitian ini, diharapkan UIN KHAS Jember dapat mempelajari dan menjadikan penelitian ini sebagai referensi pembelajaran terkait kurikulum untuk mahasiswa UIN, terlebih lagi khususnya bagi yang bersangkutan dengan Revitalsasi Pasar yang seharusnya berkaitan dengan referensi buku-buku karya ilmiah. Selain hal itu penelitian ini juga diharapkan menjadi bahan bacaan dan bahan

referensi tambahan bagi mahasiswa khususnya mahasiswa program studi ekonomi syariah.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang oprasional tentang istilah-istilah penting yang menjadi titik acuan peneliti. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap arti istilah yang sebagaimana dimaksud oleh peneliti.¹³ Istilah-istilah yang perlu diperjelaskan dalam penelitian ini sesuai dengan judul peneliti yaitu:

1. Strategi Penjualan

Suatu kegiatan atau cara yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan atau memperlancar bisnisnya agar mendapatkan keuntungan atau laba yang di targetkan biasa disebut sebagai penjualan. Penjualan juga dapat diartikan sebagai proses kegiatan menjual, yaitu dari penyampaian produk penentuan harga sampai pendistribusian ke pembeli (konsumen).¹⁴ Penjualan juga dapat diartikan sebagai suatu cara sosial untuk memperoleh apa yang diinginkan atau dicapai baik individu maupun kelompok dengan cara mempertukarkan suatu barang sesuai dengan nilai harga yang diberikan oleh pihak. Dari pengertian tersebut dapat diketahui bahwasannya penjualan adalah suatu cara untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan permintaan konsumen. Melalui suatu

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹³ Ibid.

¹⁴ M. Nafarin, penganggaran perusahaan, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hal. 166.

produk, baik berupa barang maupun jasa yang kemudian dibeli oleh konsumen sesuai dengan harga pertukaran yang diberikan.¹⁵

Strategi penjualan yang dimaksud didalam penelitian ini ialah strategi atau cara yang dilakukan oleh pedagang di Pasar manggisan. Penelitian ini lebih difokuskan pada strategi atau cara pedagang di Pasar Manggisan untuk mengelolah dagangannya, baik sebelum dan setelah *revitalisasi* pasar serta strategi pedagang untuk meningkatkan produk dan jasa setelah dilakukannya *revitalisasi*.

2. Revitalisasi Pasar

Revitalisasi bisa diartikan sebagai suatu proses yang menghidupkan atau memulai kembali suatu progam atau kegiatan yang mengalami kemunduran. Menurut kamus bahasa Indonesia revitalisasi berarti menhidupkan kembali suatu kegiatan, secara umum pengertian revitalisasi merupakan usaha-usaha untuk menjadikan sesuatu menjadi penting dan perlu.¹⁶

Pasar tradisional merupakan suatu tempat yang bersifat tradisional, jadi dimana konsumen dan produsen dapat melakukan transaksi tawar menwat secara langsung. Berdasarkan peraturan yang ditetapkan pemerintah dalam undang-undang, pasar tradisional adalah suatu tempat yang di bangun oleh pemerintah baik pemerintah daerah, pemerintah

¹⁵ <http://kamusbahasaIndonesia.org/strategi> diakses tanggal 28-10-2020.

¹⁶ Veka Verliana., *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Prespektif Ekonomi Islam*”, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, (Skripsi: UIN RI Lampung, 2018), hlm. 1.

swasta, maupun pemerintah milik Negara. Pasar yang dibangun seperti tempat usaha berupa toko, kios, los yang dikelola oleh masyarakat dengan proses jual beli barang dagangan dengan tawar menawar.¹⁷

Jadi yang dimaksud *revitalisasi* pasar ialah menghidupkan kembali pasar akibat tidak layak atau kerusakan yang dialami suatu pasar sehingga pedagang tidak bisa berjualan dengan baik maka dilakukannya *revitalisasi*.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa maksud dari judul “Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Sebelum Dan Sesudah *Revitalisasi* Pasar Manggis Kecamatan tanggul Kabupaten Jember” yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana strategi penjualan para pedagang baik sebelum maupun sesudah dilakukannya revitalisasi pasar dan kendala yang dialami oleh para pedagang setelah dilakukannya *revitalisasi* tersebut.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah suatu alur yang berisi tentang pembahasan yang dimulai dari bab 1(pendahuluan) sampai bab 5 (penutup). Format penulisannya berupa dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.¹⁸ sistematika yang dimaksud ialah sebagai berikut:

¹⁷ Peraturan Presiden Republic Indonesia, Nomor, 112 Taun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan Dan Toko Modern, BAB 1 Pasal 1.

¹⁸ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 84.

Bab I: Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan dan fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

Bab II: Kajian Kepustakaan

Bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu yang mencantumkan berbagai penelitian terdahulu, serta kajian teori tentang strategi penjualan dan *revitalisasi* pasar yang peneliti jadikan referensi sebagai landasan teori.

Bab III: Metode Penelitian

Pada bab ini menjelaskan bagaimana tentang pendekatan dan jenis penelitian, seperti lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, keabsahan data, serta tahap-tahap penelitian yang dilakukan.

Bab IV: Analisis Dan Penyajian Data

Pada sub bab ini memaparkan tentang gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, serta pembahasan temuan hasil penelitian.

Bab V: Penutup

Pada sub bab ini berisi tentang inti atau kesimpulan dari hasil penelitian. Berdasarkan hasil kesimpulan, penulis akan memberikan saran kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Selanjutnya bagian akhir skripsi ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran sebagai pendukung kelengkapan data skripsi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berisi tentang ringkasan berbagai penelitian terdahulu yang akan dikaitkan dengan penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan, selanjutnya membuat ringkasannya seperti skripsi, tesis, disertasi, dan sebagainya.¹⁹ Pada bagian ini selain untuk menghindari anggapan kesamaan dalam penelitian sekaligus bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan serta acuan yang digunakan dalam penelitian.

Maka dalam bagian ini peneliti mencantumkan Hasil-hasil penelitian terdahulu yang dilakukan sebagai berikut:

1. Penelitian dari Nur Asma, tahun 2016 yang berjudul "*Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng Di Kota Makasar*".²⁰

Hasil penelitian ini bahhwasannya menunjukkann hasil dari revitalisasi menunjukkan bahwasannya tidak efektif, ketidak efektifan tersebut berupa variable jumlah hasil dikarenakan jumlah tempat berjualan yang dibangun tidak dapat menampung pedagang yang berjualan diluar pasar seperti pedagang kaki lima, dari variabel tingkat kepuasan juga tidak efektif karena tempat yang diberikan sangat sempit dan belum tersedianya sarana yang memadai, dari segi variabel produk juga tidak efektif

¹⁹ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 73.

²⁰ Nur Asma, "Efektivitas Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makasar", (Jurnal: Ilmu Pemerintahan, Makasar, 2016).

dikarenakan penataan jenis barang yang dijual di pasar yang tidak teratur serta kurangnya sosialisasi dalam pengelola pasar sehingga dapat menimbulkan penyimpangan yang dilakukan pedagang di kemudian hari, begitupun dari variabel Intensitas yang dicapai tidak begitu efektif, dikarenakan pihak wajib yang mengelola pasar tidak begitu mematuhi peraturan yang sudah di cantumkan dan juga masyarakat pedagang yang kurang disiplin dalam menciptakan daya saing.

Persamaan dengan yang di tulis oleh peneliti ialah Sama-sama meneliti tentang *revitalisasi* pasar tradisional yakni tentang penempatan pedagang serta keadaan masyarakat setelah di lakukannya revitalisi dan perbedaannya dalam penelitian lebih fokus pada ketidak efektifan setelah di lakukannya *revitalisasi* serta kurangnya peduli masyarakat yang berada dalam pasar tersebut.

2. Penelitian I Gusti Putu Nata Wirawan dan A. A. Gede Prathiwa Pradipta, Universitas Udayana tahun 2016 yang berjudul "*Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Di Kota Denpasar*".²¹

Pada penelitian ini peneliti menulis tentang dampak revitalisasi terhadap pedagang yang dilakukan pemerintah di beberapa pasar tradisional di kota Denpasar Bali. Penelitian ini memiliki hasil dimana

²¹ A. A. Gede Prathiwa Pradipta dan I Gusti Putu Nata Wirawan, "Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Di Kota Denpasar", (Jurnal: Universitas Udayana, Bali, 2016).

pengaruh revitalisasi sangat berpengaruh pada pendapatan pedagang terutama terhadap kinerja pedagang setelah dilakukannya revitalisasi.

Persamaan penelitian ini ialah peneliti juga meneliti tentang revitalisasi pasar, pengaruh sesudah revitalisasi serta kinerja para pedagang sesudah di lakukannya revitalisasi sedangkan perbedaannya ialah dalam penelitian meneliti dari beberapa pasar sedangkan yang dilakukan peneliti hanya satu pasar.

3. Penelitian Rizka Aprilia, Universitas Negeri Semarang tahun 2017 yang berjudul "*Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Bulu Semarang*".²²

Pada penelitian ini peneliti menulis tentang pengaruh revitalisasi terhadap pendapatan pedagang, setelah dilakukannya revitalisasi pasar menjadi lebih baik dari pada sebelumnya tetapi memiliki kendala yang dialami pedagang yaitu pendapatan pedagang menjadi turun dibandingkan saat sebelum dilakukannya revitalisasi yang biasanya Rata-rata penghasilan pedagang kurang lebih lima juta menjadi dikisaran tiga jutaan saja.

Persamaan dengan yang ditulis oleh peneliti ialah penelitian ini juga meneliti tentang revitalisasi dan dampak revitalisasi terhadap pedagang pasar namun hasil dalam penelitian berdampak terhadap pendapatan pedagang yang artinya sesudah dilakukannya revitalisasi pendapatan pedagang menurun dan perbedaan dengan yg di tulis peneliti

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
²² Rizka Aprilia, "Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Bulu Semarang", (Jurnal: Universitas Negeri Semarang, Purbalingga,2017).

ialah dari metode penelitiannya yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif.

4. Penelitian dari A. A. I. N Marhaeni dan I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa, Universitas Udayana tahun 2017 yang berjudul “*Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur*”.²³

Pada penelitian ini ditulis tentang keefektifan dari revitalisasi yang dilakukan yang dibidang cukup berhasil karena dari pedagang maupun konsumen merasa terpuaskan dengan adanya revitalisasi ini. Namun terdapat perbedaan sebelum dan setelah dilakukannya revitalisasi yaitu pengelolaan pasar, kondisi lingkungan dan perbedaan pendapatan para pedagang di pasar di desa adat intaran sanur.

Persamaan dengan yang di tulis oleh peneliti ialah penelitian ini juga meneliti tentang revitalisasi pasar, dampak kepada pedagang serta keefektifan dari setelah revitalisasi dan perbedaan dari yang di tulis oleh peneliti ialah tempat penelitian, metode yang di gunakan serta fokus penelitian yang di teliti.

²³ I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni, “Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur”, (Jurnal: Universitas Udayana, Bali, 2017).

5. Penelitian dari William Chrysostom Gonta, Universitas Sebelas Maret tahun 2017 yang berjudul “*Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Aktivitas Pedagang Di Pasar Klewer Kota Surakarta*”.²⁴

Pada penelitian ini peneliti menulis tentang revitalisasi pasar yang diakibatkan oleh akibat kebakaran pasar yang terjadi ditahun 2014 di pasar klewer kota surabaya, setelah terjadinya kebakaran tersebut para pedagang banyak kehilangan lahan untuk berjualan, untuk menangani masalah tersebut pemerintah kota langsung mengambil tindakan untuk merevitalisasi pasar. Setelah dilakukannya revitalisasi pasar klewer menjadi lebih baik tempat yang dimiliki pedagang lebih banyak sehingga pedagang kaki lima dapat tertampung di dalam pasar yang sebelumnya hanya bisa berjualan di luar pasar saja, tetapi untuk sebagian pedagang memiliki keluhan yang dimana tempat berjualan sekarang lebih sempit dari pada sebelumnya yang berpengaruh bagi pendapatan pedagang.

Persamaan penelitian ini dengan yang di tulis oleh peneliti ialah dalam penelitian ini juga membahas tentang dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pedagang serta subjek penelitian yang sama yaitu masyarakat yang berdagang di pasar tradisional sedangkan perbedaan dengan yang ditulis oleh peneliti ialah permasalahan yang ada pada pasar sebelum dilakukannya revitalisasi serta fokus penelitian yang dilakukan.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁴ William Chrysostom Gonta, “Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Aktivitas Pedagang Di Pasar Klewer Kota Surakarta”, (Skripsi: Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2017).

6. Penelitian dari Veka Ferliana, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2018 yang berjudul “*Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”.²⁵

Dalam penelitian ini peneliti menulis tentang dampak revitalisasi menggunakan perspektif islam yang dimana setelah dilakukannya revitalisasi berdampak negative bagi pedagang. Didalam penelitian ini menjelaskan bahwasannya pedagang mengalami penurunan pendapatan setelah dilakukannya revitalisasi ada sebagian kecil yang mengalami peningkatan tetapi tidak begitu signifikan dan ada juga yang tetap sama saja saat pasar sebelum revitalisasi. Jadi ditinjau dari perspektif islam yang membuat kurang efektifnya revitalisasi tersebut karena pengelolaan dari pihak pengelola pasar yang kurang mumpuni.

Persamaan yang di tulis oleh peneliti ialah sama-sama meneliti tentang revitalisasi pasar namun dalam penelitian ini lebih dominan berdampak negatif setelah dilakukannya revitalisasi dikaji menggunakan perspektif ekonomi islam sedangkan perbedaan ialah pada fokus penelitian yang akan ditulis oleh peneliti yaitu peneliti lebih fokus kepada strategi yang digunakan baik sebelum maupun setelah dilakukannya revitalisasi pasar.

²⁵ Veka Ferliana, “Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Lampung, 2018).

7. Penelitian dari Putri Tunggal Dewi, Universitas Islam Indonesia tahun 2018 yang Berjudul “*Efektivitas Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Srago Kabupaten Klaten Terhadap Kesejahteraan Pedagang*”.²⁶

Isi pada penelitian ini tentang keefektifan revitalisasi yang dilakukan di pasar srago, dalam penelitian ini revitalisasi yang dilakukan dikatakan cukup berhasil dilihat dari tingkat kepuasan konsumen tetapi ada sebagian pasar yang mengeluh tentang pembangunan yang dilakukan tidak bisa bertahan lama, sekitar setahun setelah revitalisasi bagian bangunan sudah mengalami kerusakan dan ada sebagian pedagang yang mengeluhkan tentang tata ruang yang diberikan tidak begitu efektif yang dimana letak berjualan pedagang sulit dijangkau oleh konsumen yang berkunjung di pasar.

Persamaan dengan yang di tulis oleh peneliti ialah meneliti tentang revitalisasi pasar dengan subjek yang sama yaitu pedagang yang berada di pasar tersebut dan perbedaan dengan yang di tulis oleh peneliti adalah metode yang digunakan, fokus penelitian serta kendala yang di alami dalam pasar tersebut.

8. Penelitian dari Tengku Maya Magdina, M. Arif Nasution dan Husni Thamrin, Universitas Sumatera Utara tahun 2018 yang berjudul “*Evaluasi*

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁶ Putri Tunggal Dewi, “Efektivitas Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Srago Kabupaten Klaten Terhadap Kesejahteraan Pedagang”, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2018).

*Kebijakan Revitalisasi Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Oleh Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan”.*²⁷

Pada penelitian ini revitalisasi dilakukan kebijakan pemerintah daerah yang bekerja sama dengan badan usaha milik daerah untuk lebih menyejahterakan pedagang terutama untuk mengatur stabilitas harga dan kelancaran dalam melakukan transaksi serta untuk melancarkan saat melakukan pendistribusian. Pasar ini dikelola oleh kantor pengelola pasar medan yang memiliki wewenang atas pasar dari manajemen sampai kebijakan yang lainnya.

Persamaan dengan yang di tulis oleh peneliti ialah peneliti membahas tentang revitalisasi pasar tradisional sedangkan perbedaannya ialah dalam penelitian ini subjek penelitiannya bukan pedagang yang berada dalam pasar tersebut melainkan Lembaga yang mengelola pasar tersebut.

9. Penelitian Kadek Cyntia Pratiwi dan I Nengah Kartika, Universitas Udayana tahun 2019 yang berjudul *“Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading”.*²⁸

Dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini revitalisasi pasar pohgading yang dilakukan oleh pemerintah dikatakan cukup berhasil,

²⁷ Tengku Maya Magdina, M. Arif Nasution dan Husni Thamrin, “Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Oleh Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan”, (Jurnal: Antropologi Sosial dan Budaya, Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, Sumatra Utara, 2018).

²⁸ Kadek Cyntia Pratiwi dan I Nengah Kartika, “Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang dan Pengelolaan Pasar Pohgading”, (Jurnal: Universitas Udayana, Bali, 2019).

dilihat dari tingkat kepuasan pedagang yang mengalami peningkatan dalam pendapatannya setelah dilakukannya revitalisasi. Jadi program revitalisasi ini memiliki dampak positif bagi kesejahteraan serta pengelolaan yang baik dari pihak yang mengelola pasar.

Persamaan dengan yang di tulis penelliti ialah sama-sama meneliti tentang pengaruh revitalisasi pasar terhadap pendapatan pedagang dan perbedaan dari yang di tulis oleh peneliti ialah tempat penelitian yang di lakukan serta kendala yang dialami oleh pasar yang akan di tulis oleh peneliti.

10. Penelitian dari Syamruddin dan Ahmad Yani Nasution, Universitas Pamulang tahun 2020 yang berjudul “*Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasat Tradisional Terhadap Pendapatan Daerah Tangerang Selatan Provinsi Banten*”.²⁹

Dalam penelitian ini peneliti menulis tentang analisis revitalisasi yang dilakukan di beberapa pasar di tangerang selatan dikarenakan pedagang memiliki pendapatan yang terbilang cukup kecil sehingga dilakukannya revitalisasi yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan pedagang serta agar pasar tradisional di tangerang selatan dapat mampu bersaing dengan pasar modern, dalam revitalisasi tersebut yang dilakukan dimulai dari perbaikan lahan parkir, ruko, kios dan pemberdayaan pasar.

²⁹ Syamruddin dan Ahmad Yani Nasution, “Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasat Tradisional Terhadap Pendapatan Daerah Tangerang Selatan Provinsi Banten”, (Prosiding Seminar Nasional: Universitas Pamulang, Tangerang, 2020).

Persamaan penelitian ini dengan yang ditulis oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang dampak dari revitalisasi pasar tradisional bagi pendapatan pedagang sedangkan perbedaan dari yang di tulis oleh peneliti adalah dari segi metode penelitiannya serta fokus permasalahan yang ada pada pasar tradisional tersebut.

Persamaan dan perbedaan pada penelitian diuraikan dalam tabel sebagai berikut:

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1	Nur Asma. (2016)	Efektivitas Revitalisasi Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng Di Kota Makasar	1.) Metode penelitian kualitatif deskriptif 2.) Subjek penelitian 3.) Lembaga pengelola pasar	1.) Pembahasan penelitian mengenai ketidak efektifan dari revitalisasi tersebut 2.) Kebijakan Lembaga pengelola pasar
2	A.A Gede Prathiwa Pradipta dan I Gusti Putu Nata Wirawan. (2016)	Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Di Kota Denpasar	1.) Metode penelitian kualitatif deskriptif 2.) Subjek penelitian	1.) Fokus penelitian 2.) Kebijakan pemerintah pasar kota Denpasar 3.) Objek penelitian
3	Rizka Aprilia. (2017)	Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional	1.) Metode penelitian kualitatif deskriptif	1.) Fokus penelitian 2.) Objek penelitian

		Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Bulu Semarang	Subjek penelitian	Metode penelitian kuantitatif
4	I Gusti Ngurah Agung Anom Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni. (2017)	Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur	1.) Kepuasan pedagang 2.) Revitalisasi pasar Subjek penelitian	1.) Metode penelitian kuantitatif Fokus penelitian
5	William Chrysostom Gonta. (2017)	Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Aktivitas Pedagang Di Pasar Klewer Kota Surakarta	1.) Metode penelitian kualitatif 2.) Revitalisasi pasar tradisional 3.) Subjek penelitian	1.) Objek penelitian 2.) Fokus penelitian
6	Veka Ferliana. (2018)	Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam	1.) Pengaruh kepada pedagang pasar 2.) Subjek penelitian	1.) Fokus penelitian 2.) Objek penelitian Metode penelitian kuantitatif
7	Putri Tunggal Dewi. (2018)	Efektivitas Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Srago Kabupaten Klaten Terhadap Kesejahteraan	1.) Metode penelitian kualitatif deskriptif Subjek penelitian	1.) Objek penelitian 2.) Fokus penelitian Kepuasan pedagang

		Pedagang		
8	Tengku Maya Magdina, M. Arif Nasution dan Husni Thamrin. (2018)	Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Oleh Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan	1.) Metode penelitian kualitatif deskriptif	1.) Fokus penelitian Subjek penelitian
9	Kadek Cyntia Pratiwi dan I Nengah Kartika. (2019)	Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading	1.) Subjek penelitian 2.) Pendapatan pedagang	1.) Jenis penelitian 2.) Fokus penelitian Metode penelitian kuantitatif
10	Syamruddin dan Ahmad Yani Nasution. (2020)	Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasat Tradisional Terhadap Pendapatan Daerah Tangerang Selatan Provinsi Banten	1.) Revitalisasi pasar tradisional	1.) Subjek penelitian 2.) Fokus penelitian 3.) Metode penelitian kuantitatif

Sumber: diolah dari penelitian terdahulu digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

Berdasarkan penelitian diatas terdapat perbedaan dan persamaan yang di tulis oleh peneliti sekarang. Disisi lain penelitian yang akan dilakukan berkaitan dengan strategi pedagang yang akan berkesinambungan setelah dilakukannya revitalisasi.

B. Kajian Teori

Kajian teori adalah teori yang akan di gunakan untk menguraikan tentang variable yang akan ditulis oleh peneliti. Teori-teori yang digunakan betul-betul telah teruji kebenarannya.³⁰ Berikut adalah teori yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Macam-macam Strategi Penjualan

Penjualan merupakan suatu cara yang relevan untuk mengembangkan suatu usaha yang baik dan strategin untuk tujuan pengusaha yang di tujukan pada para usaha pemuasan dan keinginan suatu, untuk mendapatkan penjualan yang menghasilkan banyak laba. Penjualan juga dapat diartikan sebagai sumber kehidupan bagi perusahaan, karena dari penjualan tersebut dapat diperoleh laba serta nama dalam sebuah perusahaan sehingga dapat menarik banyak minat konsumen. Menurut Winardi (1982), penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda.³¹ Berikut adalah macam-macam strategi penjualan yaitu:

³⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2002), 305.

³¹ Linda Rossiana, "Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)", *Jurnal Kompetensi Teknik* Vol. 2, No. 2, Mei 201, Hal. 147.

a. Strategi Harga

harga adalah salah satu elemen penting dalam sebuah pemasaran, karna berbagai alasan harga dapat mempengaruhi minat konsumen dalam mengambil suatu keputusan dalam membeli suatu produk atau. Alasan ekonomis akan menunjukkan harga yang rendah dan harga terlalu berkompetisi menjadi salah satu hal yang mempengaruhi dalam meningkatkan kinerja dalam pemasaran, tetapi alasan psikologis kualitas produk dapat mempengaruhi bahwa harga justru merupakan indikator yang menunjukkan kualitas suatu barang dan karena itu dirancang sebagai salah satu poin penting dalam penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan.³²

Harga juga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang dicantumkan pada suatu produk baik barang maupun jasa, atau nilai suatu produk yang sudah ditentukan untuk ditukarkan oleh konsumen kepada produsen guna memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan pada produk tertentu. Penetapan harga adalah suatu cara yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen yang diterapkan untuk mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam

³² Lidya Mongi, Lisbeth Mananeke, Agusta Repi, "Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado", *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 2338.

bersaing dan kemampuan perusahaan dalam mempengaruhi minat konsumen.³³

b. Strategi Produk

Produk adalah suatu poin penting dalam sebuah jalannya program pemasaran. Penentuan suatu produk dapat mempengaruhi strategi pemasaran lainnya seperti penentuan harga.³⁴

Strategi Produk adalah cara yang digunakan perusahaan dalam menciptakan suatu produk agar produk dapat bermacam-macam, sehingga produk yang di hasilkan bukan hanya satu macam produk melainkan beraneka ragam produk perusahaan pesaing pada industri yang sama, sehingga produk yang dihasilkan meluas menjadi beragam dan dapat menarik minat konsumen pada berbagai tingkatan daya beli, dan mencapai menguasai segmen-segmen pasar lainnya.³⁵

c. Strategi Distribusi

Distribusi merupakan suatu kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga pengaplikasiannya sesuai dengan yang diperlukan oleh konsumen. Distribusi juga dapat diartikan sebagai suatu organisasi-organisasi yang saling terhubung

³³ Hamira, Mukhlis, Bernadette Robian, “Analisis Strategi Harga, Strategi Produk, Dan Keuntungan Pada Industri Kerupuk Kemplang Di Kota Palembang”, *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 17 No.1 Juni 2019. Hal. 10.

³⁴ Dewi Diniaty, Agusrinal, “Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan (Studi Kasus: *Home Industry* Saiyo Sakato Di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung)”, *Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, Vol. 11, No. 2, Juni 2014, Hal. 177.

³⁵ *Ibid.*,9.

yang mengacu pada segala proses yang membuat suatu produk menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Distribusi sebagai aplikasi untuk membuat jalur atau jalan dalam penyampaian produk atau jasa setelah dilakukannya, sehingga berakumulasi pada pembeli sampai pada tujuan penggunaan akhir.³⁶

Dalam pendistribusian banyak sekali cara yang digunakan dalam penyampaian produk atau jasa kepada konsumen. Ada sebagian perusahaan mungkin mendistribusikan barangnya secara langsung kepada konsumen atau pembeli meskipun jumlahnya besar, sedangkan perusahaan lain mendistribusikan produknya masih lewat perantara. Dari strategi pendistribusian suatu perusahaan tidak dapat merasakan suatu kepuasan, karenanya setiap perusahaan pasti menciptakan cara baru dalam melakukan pendistribusian pada suatu produknya sehingga dapat berkembang dan bersaing dalam segmen-segmen pasar lainnya.³⁷

d. Strategi Promosi

Yang dimaksud promosi adalah pengenalan suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan rincian atau informasi mengenai barang yang diciptakannya untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan mewujudkan pertukaran dalam pemasaran. Promosi juga dapat dikatakan sebagai pengenalan suatu

³⁶ Jilly Bernadette Mandey, "Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild", *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 97.

³⁷ Amiril Suahyo, "Strategi Distribusi", *Jurnal Academia*, 2008.

barang kepada konsumen bertujuan untuk membujuk, menarik minat konsumen agar membeli barang atau produk sesuai target yang diinginkan oleh perusahaan.³⁸

Promosi merupakan suatu kegiatan yang bersifat intensif yang sebagian bersifat sementara, yang disusun untuk menarik minat konsumen maupun pedagang agar suatu produk dapat cepat laku terjual. Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan merayu konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual.³⁹

2. Konsep Revitalisasi Pasar

Revitalisasi adalah upaya yang dilakukan untuk menghidupkan kembali yang pernah vital atau hidup dikarenakan sebab kemunduran atau kendala yang dialami. Revitalisasi akan mengarah pada program pembangunan apabila faktor utamanya pada struktur manajemen, yang nantinya akan dikelola dengan baik oleh aktor yang berkopeten. Revitalisasi pasar bukan sekedar mengubah suatu bangunan pasar melainkan lebih dari itu.

Revitalisasi yang dilakukan memiliki tujuan agar pedagang pasar mampu bersaing dengan adanya pasar modern. Dalam melakukan revitalisasi membutuhkan kerjasama antara lain berubahnya pandangan

³⁸ Lidya Mongi, Lisbeth Mananeke, Agusta Repi, "Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado", *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 2338.

³⁹ Jilly Bernadette Mandey, "Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild", *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 97.

pasar dari tempat interaksi ekonomi menjadi ruang publik, yang difokuskan pada upaya memperbaiki jalur distribusi komoditas yang diperjual belikan.⁴⁰

Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang perdagangan, yang dijelaskan pada pasal 13 yang mengamanatkan bahwa Pemerintah bekerja sama dengan Pemerintah Daerah untuk melakukan baik pemberdayaan, pembangunan dan peningkatan daya saing yang dilakukan yaitu:

- a. Revitalisasi pembangunan pasar
- b. Revitalisasi dalam manajemen pengelolaan yang baik
- c. Revitalisasi fasilitas akses penyediaan produk dengan kualitas yang baik serta harga yang mampu bersaing
- d. Akses kepada pedagang Pasar.

Revitalisasi lebih lanjut tentang pemberdayaan pembangunan dan peningkatan kualitas pengelolaan Pasar diatur berdasarkan peraturan pemerintah.⁴¹

Sebuah kegiatan yang sangat kompleks, revitalisasi terjadi melalui beberapa tahapan yang membutuhkan kurun waktu tertentu serta memiliki beberapa konsep sebagai berikut yaitu:

1. Interevensi Fisik

⁴⁰ Ella Alfinata, Andy Fefta Wijaya, Sisswidiyanto, "Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Prespektif Good Governance (Studi Di Pasar Tumpang Kabupaten Malang), *Jurnal Administrasi Public (JAP)*, Vol. 3 No.5,h.760.

⁴¹ Undang-undang Nomer 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 13 ayat (1), (2), (3).

Dalam menarik pengunjung tempat atau kawasan harus memiliki cirtra yang sangat baik maka perbaikan fisik ini perlu dilakukan. Perbaikan fisik mengawali kegiatan fisik revitalisasi dan dilakukan secara bertahap, meliputi perbaikan dan peningkatan kualitas dan kondisi fisik bangunan dan tata ruang terbuka kawasan.

2. Revitalisasi Manajemen

Dalam sebuah instansi seperti pengelolaan pasar harus memiliki manajemen yang sudah tersusun dengan baik yang mengatur berbagai aspek antara lain: standar operasional pasar, hak dan batasan pedagang, fasilitas yang mumpuni, serta penempatan para pedagang yang baik.

3. Revitalisasi Ekonomi

Perhatian fisik kawasan yang bersifat jangka pendek, diharapkan bisa mengakomodasi kegiatan ekonomi informal dan formal. Dalam konteks revitalisasi perlu dikembangkan fungsi ampunan yang bisa mendorong terjadinya aktivitas ekonomi dan sosial.

4. Perbaikan Sosial atau Institusional

Revitalisasi sebuah kawasan akan terbilang sukses jika mampu menciptakan lingkungan yang baik. Jadi bukan sekedar membuat tempat yang menari. Kegiatan tersebut harus berdampak positif serta dapat meningkatkan dinamika dan kehidupan sosial masyarakat atau warga. Pada perancangan dan pengembangan suatu pasar bisa menciptakan suatu image yang menarik serta memiliki ciri khasnya

sendiri selanjutnya perlu didukung oleh suatu pengembangan institusi yang baik dan berpengalaman.⁴²

3. Jenis-Jenis Pasar

Pasar dikelompokkan menjadi 5 bagian yaitu waktu dan tempat bertemunya penjual dan pembeli, fisik pasar, produk yang diperjual belikan, pendistribusian, serta bentuk dan strukturnya. Pasar menurut sifat atau jenis produk yang diperjual belikan dibedakan menjadi dua bagian yakni pasar nyata dan pasar tidak nyata. Pasar pasar nyata adalah tempat pertemuan antara pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung. Barang yang diperjualbelikan juga tersedia di pasar. Contohnya, pasar sayuran, buah-buahan dan pasar tradisional sedangkan pasar abstrak sedangkan pasar tidak nyata adalah terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli hanya melalui telepon, internet dan lain-lain. Contoh barang telemarket dan pasar modal.⁴³

⁴²“Konsep Revitalisasi Pasar Rakyat” (On-Line), Tersedia Di <https://Ews.Kemenag.Go.Id/Revitalisasi/Konseprevisualisasi.AspX>, (23 desember 2021)
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴³ Putri Tunggal Dewi, “Efektivitas Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Srago Kabupaten Klaten Terhadap Kesejahteraan Pedagang”, (Skripsi: Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2018, Hal. 18).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Yang dimaksud pendekatan kualitatif adalah pendekatan untuk memahami tentang fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian misal seperti perilaku, persepsi, motivasi, atau tindakan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata sesuai bahasa yang baku, pada suatu konteks khusus alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah yang digunakan.⁴⁴

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian field research atau penelitian lapangan, yaitu penelitian yang dilakukan di suatu lokasi terjadinya suatu gejala atau peristiwa.⁴⁵ Penelitian lapangan dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah dimana tempat atau lokasi yang akan dilakukannya penelitian. Lokasi penelitian berisi tentang instansi, desa peristiwa, dan kegiatan yang digunakan dilakukannya analisis⁴⁶

⁴⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), Hal. 6.

⁴⁵ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok materi metodologi penelitian dan aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).

⁴⁶ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, Hal. 74.

Berdasarkan judul penelitian lokasi dilakukannya penelitian bertepatan di Pasar Manggis Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember Jawa Timur yang dipindah di pasar sapi senina yang berada di sebelah timur Alun-alun Tangul, yang dalam hal ini merupakan pasar tradisional manggis yang sudah di pindah. Pasar tradisional ini dikelola oleh pemerintah Kabupaten Jember. Lokasi dilakukannya penelitian bersasar fakta yang ada bahwa pemerintah kabupaten jember memindahkan lokasi pasar manggis pada lokasi ini, yang dimana agar masyarakat yang berjualan di pasar tersebut dapat memiliki lahan baru untuk beroperasi selagi pasar manggis sedang di perbaiki.

C. Subyek Penelitian

Dalam menentukan sumber data untuk pertimbangan dalam pengambilan data yang peneliti perlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive atau bisa disebut dengan teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu.⁴⁷ Purposive adalah sebuah teknik pengambilan data dengan cara mempertimbangkan dahulu dilandasi dengan sumber data dan tujuan.⁴⁸ Dalam pertimbangan tertentu ini seperti orang yang benar-benar tahu tentang informasi yang peneliti butuhkan atau informan merupakan sosok yang tepat dan lengkap dalam menggali data.

⁴⁷ Prof Dr Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008).

⁴⁸ A. Muri Yusuf, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan* (Jakarta: Prenada Media, 2016).

Dalam penelitian ini yang dijadikan subjek atau informan utama ialah pedagang pasar yang berjumlah 10 orang dan beberapa staf yang mengelola pasar Manggisan:

1. Bapak A. Sumarto Selaku Dinas Pasar Manggisan
2. Bapak Abd. Rochim Selaku Keamanan Sekaligus Kebersihan Pasar Manggisan
3. Ibu Hamiyah, Ibu Mujayyanah, Ibu Sumiyati, Ibu Mai, Ibu Misnaya, Ibu Yeni, Bapak Dafa, Ibu Safitri, Bapak Agus, Ibu Titik Selaku Pedagang Pasar Manggisan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk menguraikan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini seperti observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Dalam teknik tersebut nantinya akan diuraikan tentang data apa saja yang diperoleh dalam melakukan penelitian.⁴⁹

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah:

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu hal yang dilakukan peneliti dan informan dalam mencari sumber data dengan cara menanyakan langsung kepada informan secara face to face atau tatap muka.⁵⁰ Terwawancara

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁹ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Hal. 75.

⁵⁰ sugiono, *metode penelitian kualitatif dan R&D*, 233.

yang dimaksud ialah masyarakat yang berjualan di pasar manggis, Kecamatan, Tanggul, Kabupaten Jember.

Metode yang dipakai untuk mendapatkan data yang diperlukan terkait dengan pasar maupun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu mulai dari proses, strategi penjualan, kendala penjualan masyarakat sampai dengan pemecahan masalah terhadap kendala dari revitalisasi pasar Manggis, Kec. Tanggul, Kab. Jember.

2. Observasi

Observasi adalah sebuah teknik pengumpulan data yang digunakan dimana peneliti datang langsung ke lokasi mengamati hal-hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda-benda, waktu dan peristiwa yang terjadi. Metode ini digunakan untuk mengamati secara langsung proses penjualan para pedagang yang dilakukan di pasar manggis Kec. Tanggul, Kab. Jember.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan cara memperoleh data dengan mencari tahu data yang sudah pernah ada sebelumnya. Data yang diperlukan berupa data masa lalu yang pernah ditulis atau di cetak berupa catatan anekdot, surat, dan dokumen-dokumen. Dokumentasi tersebut nantinya akan digunakan sebagai kecocokan dengan hasil penelitian yang sudah

dilakukan seperti wawancara dan observasi agar validitasnya lebih dapat dipercaya.⁵¹

E. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah lengkap. Aktifitas dalam analisis data yaitu: reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan atau verifikasi.⁵²

Analisis data merupakan cara yang dilakukan dalam penelitian agar sejalan dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensiskannya, menemukan apa yang penting dan apa yang bisa dipelajarinya, sehingga dapat memberikan ilmu yang bisa disampaikan kepada orang.⁵³

F. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan upaya yang dilakukan peneliti untuk memastikan keabsahan data, hal ini perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam pengecekan data yang dilakukan peneliti menggunakan trigulasi sumber atau pengecekan dengan dengan cara pemeriksaan ulang baik sebelum maupun sesudah analisis data. Trigulasi yang digunakan adalah trigulasi sumber, trigulasi sumber

⁵¹ Ibid, 63.

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 246. lib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵³ LexyJ. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, 248.

menggunakan beberapa macam sumber untuk menguji keaslian data yang diperoleh di lapangan.⁵⁴ Berikut cara yang digunakan sebagai berikut:

1. Membandingkan data hasil observasi dengan hasil interview
2. Membandingkan isu atau omongan belakang dengan hasil bertanya langsung
3. Membandingkan suatu dokumen dengan hasil interview yang diperoleh
4. Membandingkan pendapat orang lain dengan perspektif yang ditemukan di lapangan.⁵⁵

G. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian merupakan tahapan yang dilakukan saat hendak melakukan penelitian. Tahap-tahap dalam penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini ialah: tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, dan tahap penyelesaian. Di jelaskan berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan merupakan sebuah agenda yang tersusun sebelum peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian. Berikut adalah tahap-tahap yang dilakukan oleh peneliti:

- a) Membentuk rancangan penelitian
- b) Memilih objek atau lapangan penelitian
- c) Mengurus perizinan penelitian.
- d) Melakukan survey di lokasi penelitian

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, 274.

⁵⁵ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 331.

- e) Menentukan informan
- f) Mempersiapkan sesuatu yang dibutuhkan dalam penelitian
- g) Persiapan fisik dan etika saat melakukan penelitian

2. Tahap pelaksanaan penelitian

Setelah mengurus dan mendapatkan izin penelitian dari pihak instansi, peneliti akan datang menemui pihak yang bertanggung jawab dilapangan dan menyerahkan surat izin, serta mengumpulkan data seperti observasi beserta wawancara dan dokumentasi dengan informasi yang berkaitan dengan Revitalisasi Pasar, Strategi Pedagang dan Kendala Yang Dialami Pedagang.

3. Tahap Penyelesaian

Tahap penyelesaian adalah tahapan paling terakhir yang dilakukan oleh peneliti, yaitu penulisan laporan. Namun pada tahap ini data yang terkumpul masih campur aduk seperti wawancara, dokumentasi, gambar, foto dan sebagainya. Maka dari itu perlu diatur, diorganisir, dikelompokkan, dibuat kategorisasi sehingga menjadi data yang mempunyai arti dan makna.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Pasar Manggisan⁵⁶

Pasar Manggisan adalah pasar tradisional yang berpotensi melayani kebutuhan, keperluan masyarakat perkotaan maupun perdesaan khususnya masyarakat Manggisan. Pada tahun 2018 pasar Manggisan dilakukan revitalisasi oleh pemerintah kabupaten Jember sehingga masyarakat di pindah pada lahan baru yang terletak di pasar Sapi Seninan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pasar Sapi Seninan sendiri terletak di Jalan HOS. Cokroaminoto, Tekoan, Tanggul Kulon, Kec. Tanggul, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68155.

a. Batas Wilayah Pasar Manggisan

Lokasi wilayah pasar Manggisan berbatasan dengan perumahan dan jalan raya, sebagaimana berikut:

- 1) Sebelah selatan : Jalan Raya HOS Cokroaminoto
- 2) Bagian utara : Perumahan / lingkungan
- 3) Bagian timur : Alaun-alun Tanggul
- 4) Bagian barat : plasa tanggul

b. Status tanah dan bangunan pasar pemegang hak Pemerintah Kabupaten Jember

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁶ Dinas Pemerintah Pasar Manggisan Kabupaten Jember

c. Kondisi Bangunan Pasar Manggisan

Kondisi bangunan pasar Manggisan setelah di pindah pada lahan baru lebih buruk dari pada pasar sebelumnya yaitu tempat berjualan masyarakat menggunakan triplek yang awalnya di pasar sebelumnya menggunakan beton, serta tempat yang diberikan lebih sempit.

d. Perkembangan Pedagang

kondisi pasar Manggisan di lahan yang baru relatif stabil, namun perlu adanya upaya untuk meningkatkan perkembangan para pedagang.

e. Tingkat Keramaian

Tingkat keramaian pasar Manggisan ialah pada malam hari pukul 01.00 WIB – 05.00 WIB karena kebanyakan pedagang, khususnya pedagang sayuran lebih memilih berjualan malam dari pada siang hari. Adapun puncak keramaian pada pasar ini yaitu pada hari menjelang lebaran/hari raya.

f. Jenis Dagangan

Barang-barang yang diperdagangkan di Pasar Manggisan antara lain ialah: konveksi, elektronik, sembako, daging ayam, daging sapi, snak atau ciki-ciki, ikan basah/kering, sayuran, buah-buahan dll.

g. Sarana dan Prasana

Tempat diamana masyarakat berkumpul untuk memenuhi kebutuhan pokoknya seperti kebutuhan sandang dan pangan pasti tidak

lepas dari yang namanya sarana dan prasana, spslsgi sarana dan prasana sangat penting bagi sebuah pasar tradisional jika tidak ada hal tersebut maka kegiatan tidak akan bisa berlangsung. Sarana dan prasana ini berlalaku bagi semua pasra tradisional, salah satunya adalah Pasar manggisan. Berikut adalah sarana dan prasarana yang berada di Pasar Manggisan sebagai berikut:

- 1) berjualan : Kios dan los
- 2) Tempat beribadah : Musholla
- 3) Parkir : Ada
- 4) Tempat Pembuangan Sampah : 1 buah ukuran 4 meter dibagian belakang pasar yang mengelola dinas pasar.
- 5) Listrik : Setiap toko mengampra lingtrik sendiri menggunakan daya 900 Watt
- 6) Kamar Mandi: 1 Buah 4 Kamar mandi dilengkapi wc sumber air berasal dari air bor yang mengelola staf pasar

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tabel 4.1
Data Informan Pedagang Pasar Manggisan

No	Nama Pedagang	Jenis Pedagang	Jenis Kelamin	Lama Usaha
1	Hamiyah	Pedagang Konveksi	Wanita	20 Tahun
2	Mujayyanah	Pedagang Konveksi	Wanita	20 Tahun
3	Sumiyati	Pedagang Sayuran	Wanita	10 Tahun
4	Mai	Pedagang Sayuran	Wanita	15 Tahun
5	Misnaya	Pedagang Sembako	Wanita	25 Tahun
6	Yeni	Pedagang Sembako	Wanita	25 Tahun
7	Dafa	Pedagang Ciki-ciki	Laki-laki	15 Tahun
8	Safitri	Pedagang Ciki-ciki	Wanita	25 Tahun
9	Agus	Pedagang Daging	Laki-laki	25 Tahun
10	Titik	Pedagang Daging	Wanita	25 Tahun

Sumber: Pasar Manggisan Tanggul

2. Sejarah Pasar Manggisan

Pasar Manggisan adalah salah satu pasar tradisional di Kecamatan tangul yang berpotensi melayani kebutuhan, keperluan masyarakat perkotaan maupun perdesaank khususnya masyarakat tanggul, mangggisan dan pada umumnya masyarakat lain. Dari tahun-ketahun kondisi bangunan pasar manggisan mulai meangalami kerusakan, serta jumlah pedagang maupun konsumen semakin meningkat. Maka dipandang perlu adanya perbaikan yang dilakukan oleh pemerintah kabupaten jember yang berupa revitalisasi pada pasar manggisan tersebut, revitalisasi pasar

Manggiasan mulai dilakukan pada tahun 2018 sehingga sementara

pedagang yang berjualan harus dipindah pada pasar seninan agar pedagang tetap dapat berjualan seperti biasanya.

Pasar Seninan yang sementara digunakan oleh masyarakat Manggis terletak di pinggir jalan raya Tangul Wetan, hanya beberapa puluh meter dari Alun-alun Tanggul, sehingga pasar ini memiliki potensi lebih ramai karena menjadi jalan akses utama para pengendara yang melewati pasar tersebut. Meskipun berada pada jalan akses utama masyarakat tetap butuh beradaptasi dengan lahan yang baru sehingga penempatan harus dimanajemen dari awal. Pasar ini berdiri sekitar tahun 1991 sampai sekarang. Pasar ini berumur kurang lebih 30 Tahun dengan luas tanah seluruhnya yaitu 2.500 M².

3. Visi Misi Pasar Manggis

a) Misi Pasar Manggis

- 1) Memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen
- 2) Memberikan kesejahteraan bagi pedagang terutama meningkatkan perekonomian
- 3) Melakukan pembinaan dan penataan pedagang
- 4) Menjaga kenyamanan serta keamanan pasar
- 5) Memberikan peningkatan terhadap retribusi pasar

b) Visi Pasar Manggis

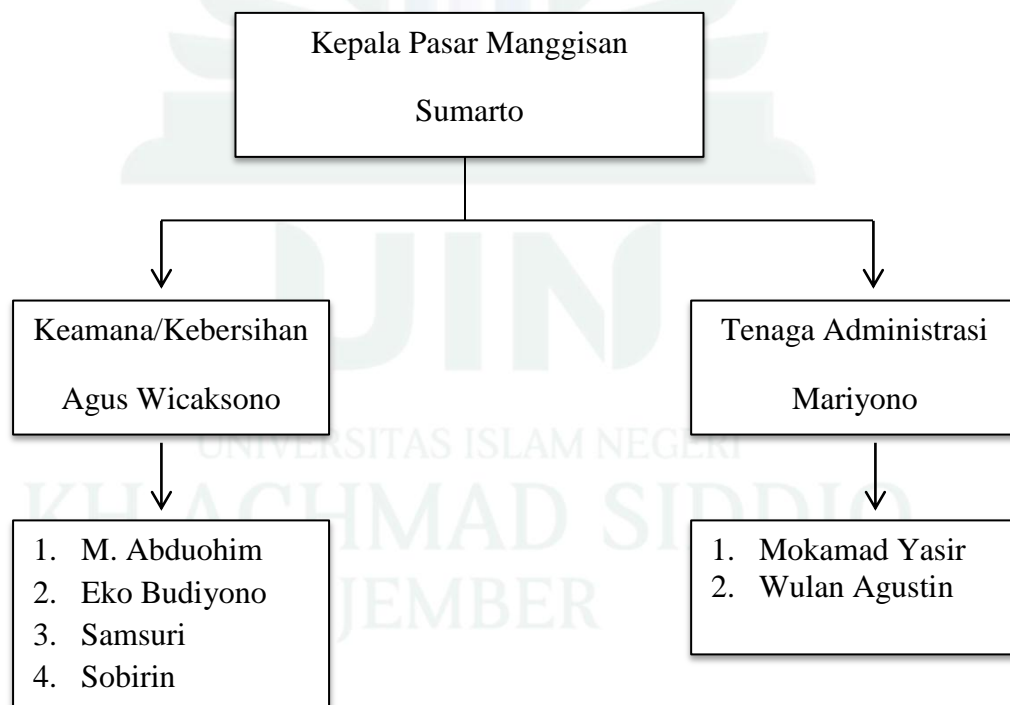
Memberikan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar dalam

memenuhi kebutuhan sandang dan pangan.

4. Struktur Organisasi Dinas Pasar Manggisian

Pasar manggisian memiliki struktur organisasi yang mengelola di dalamnya yang memiliki hak katas pasar manggisian di bawah Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Jember yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk melaksanakan tujuan dalam mengarahkan, mengkoordinasi dan mengendalikan berbagai kegiatan yang berada di dalam pasar. Pengelola pasar Manggisian terdiri dari 3 PNS dan 6 sukwan. Berikut Gambar struktur dinas pasar Manggisian Tanggul.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Dinas Pasar Manggisian



Sumber: Kantor Pasar Manggisian Tanggul

Gambar diatas adalah struktur pasar manggisian yang langsung diawasi oleh Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten, dalam

struktur tersebut yang paling memiliki hak penuh adalah kepala yang berfungsi untuk mengawasi bawahannya, yang berarti kepala pasar memiliki tugas dan wewenang yang lebih besar untuk mengatur serta mengawasi bawahannya dengan baik.

5. Data Jumlah Karyawan Pasar Manggis

Tabel 4.2
Data Jumlah Karyawan Dinas Pasar Manggis Tahun 2022

NO	NAMA	NIP/HOK	TOPUKSI
1	Sumarto	196602032007011022	Kepala Pasar Manggis
2	Mariyono	197207012008011014	Tenaga Administrasi
3	Agus Wicaksono	198108252014121001	Keamana/Kebersihan
4	M.Abdurohim	-	Keamana/Kebersihan
5	Mokamad Yasir	-	Tenaga Administrasi
6	Wulan Agustin	-	Tenaga Administrasi
7	Eko Bidiyono	-	Keamanan/Kebersihan
8	Samsuri	-	Keamanan/Kebersihan
9	Sobirin	-	Keamanan/Kebersihan

Sumber: Kantor Pasar Manggis

B. Penajian Data dan Analisis

Penggunaan metode penelitian yang digunakan berupa observasi, wawancara, dan juga dokumentasi menghasilkan beberapa data. Setelah pengumpulan data selesai, kemudian lanjut pada analisis data yang dilakukan secara interaktif. Penyajian data beserta analisis data peneliti dapatkan dari hasil penelitian di pasar Manggis. Data yang diperoleh berdasarkan hasil dari observasi di pasar Manggis, wawancara terhadap beberapa pedagang tentang sesuatu yang terdapat dalam fokus penelitian skripsi ini, dan melalui

dokumen-dokumen dari pihak Pembina di pasar Manggisan. Adapun data yang dipaparkan ini terfokus pada beberapa pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Masyarakat Sebelum Revitalisasi Pasar Manggisan

Pejualan merupakan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Dalam penelitian, peneliti mengambil 10 informan pedagang di pasar tradisional manggisan Tanggul. Berikut ini adalah penjelasan perilaku pedagang dalam strategi penjualan sebelum pasar direvitalisasi.

Ibu Hamiyah selaku pedagang konveksi di pasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan tentang penjualannya di pasar Manggisan sebelum di revitalisasi dan menjelaskan tentang kondisi dagangannya.

”Ya sebelum pasar dipindah kondisinya lebih stabil dari sekarang karena saya harus beradaptasi lagi dari awal, dan tempat yang dulu lebih lebar dari pada yang saya tempati sekarang, jadi saya juga kesulitan untuk menata barang dagangan. Toko saya berada di bagian dalam pasar sebelah barat, di pasar sebelumnya saya berjualan barang konveksi seperti baju, sepatu, sandal, dan barang konveksi lainnya, dagangan saya saat itu sangat stabil karena pedagang konveksi di pasar yang dulu tidak terlalu banyak jadi pesaing saya sedikit, Alhamdulillah dulu penjualan saya bisa dibidang sangat laris dan banyak pelanggan bisa-bisa waktu itu saya kulaan baju kurang lebih dua kali dalam seminggu. Selain sebagai pedagang saya juga sebagai ketua arisan di pasar manggisan jadi dulu dagangan saya juga dibuat arisan dengan sistem anggota arisan mengambil dulu barangnya dan setiap hari menyicil lewat arisan tersebut, dan pucak keramaian penjualan saya pada saat hari raya idul firti barang dagangan sangat begitu

laris, selain dari pembeli yang dari luar, ada juga sesama pedagang pasar Manggisan yang membeli baju hari raya kepada saya juga”.⁵⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa keadaan pedagang di pasar Manggisan Tanggul sebelum direvitalisasi lebih stabil karena pedagang memiliki tempat berjualan yang lebih luas serta memiliki langganan yang sudah lama, sehingga barang dagangannya bisa lebih cepas terjual atau laku. Dan juga tempat yang digunakan dapat menampung lebih banyak barang dagangan.

Ibu Muzayyanah selaku pedagang konveksi di pasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan tentang lahan kios, pengelolaan barang serta penjualan saat pasar masih belum direvitaliasi.

“Kios saya terletak dibagian tengah tepatnya di bawah kantor pasar, barang dagangan yang saya jual antara lain sepatu, sandal, seragam, tas, baju, dan barang konveksi lainnya. Saat saya masih berjualan di pasar sebelumnya kios saya lebih besar sehingga barang yang saya tampung jauh lebih banyak dan juga pada saat itu pembeli juga lebih ramai terlebih lagi tempat berjualan yang saya tempati masih bisa terbilang sangat strategis yaitu tidak jauh dari gerbang pasar bagian tengah sehingga para konsumen pasar pasti melewati kios saya ini”.⁵⁸

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa kondisi pedagang pasar saat masih belum di revitalisasi sangat baik dikarenakan memiliki tempat berjualan yang lebih besar sehingga dapat menampung barang dagangan lebih banyak, serta memiliki tempat berjualan yang strategis sehingga banyak dilewati banyak konsumen.

⁵⁷ Hamiyah, *wawancara*, Jember, 21 Februari 2022

⁵⁸ Muzayyanah, *wawancara*, Jember, 21 Februari 2022

Ibu Sumiyati selaku pedagang sayuran di pasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan bagaimana cara berjualan barang dagangannya dan bagaimana tempat yang disediakan oleh pemerintah sebelum dipindahkan pada lahan yang baru.

“Untuk berjualan ketika masih berada di pasar sebelumnya saya berjualan di bagian depan pasar menggunakan lesehan dan pada saat itu masih dihitung sangat stabil karena dari segi tempat yang tidak berbenturan dengan lahan parkir membuat saya sebagai para pedagang dan para konsumen lebih nyaman saat melakukan transaksi dan juga pada saat itu jam oprasional masih tidak terlalu petang jadi saya masih bisa lebih banyak waktu untuk mempersiapkan barang dagangan yang akan saya jual dan juga karena ada sayuran yang saya jual berupa sayuran yang cepat layu/busuk seperti kangkung, bayam, dan sawi maka saya berangkat lebih awal dari pada pedagang lainnya agar lebih cepat terjual”.⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa tempat berjualan para pedagang sayuran di pasar sebelumnya sangat baik karena tempat berjualan tidak berbenturan dengan lahan parkir sehingga para pedagang dapat lebih nyaman saat berjualan serta jam oprasional pasar setelah subuh membuat para pedagang bisa mempersiapkan barang dagangannya terlebih dahulu dan juga membuat para konsumen tidak terlalu petang untuk berbelanja tentu membuat lebih nyaman saat melakukan transaksi.

Ibu Mai selaku pedagang sayuran dipasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan bagaimana cara menjual barang dagangannya saat berjualan di pasar sebelum revitalisasi.

“ketika saya berjualan di pasar sebelumnya saya berjualan di bagian depan bagaian timur menggunakan lesehan. Dagangan yang saya

jual berupa sayuran, ada sayuran yang bisa bertahan lama seperti kentang, cabai, tomat dll dan ada juga sayuran yang mudah layu seperti kangkung, kubis dan sawi, pada saat belum dipindah saya berjualan di pagi hari sekitar jam 05.00 WIB dimulai dengan datang ke pasar untuk menyiapkan barang dagangan yang akan saya jual. Karena saya berjualan cukup lama di pasar tersebut saya memiliki banyak pelanggan sehingga barang dagangan saya bisa dikatakan sangat laris sampai saya harus mempekerjakan seseorang untuk membantu saya berjualan”.⁶⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas pedagang saat masih belum dipindah pada lahan baru bisa dikatakan stabil karena setiap pedagang memiliki cara berjualannya sendiri dan tentunya bisa menarik banyak pelanggan sehingga barang dagangannya lebih cepat laku terjual.

Ibu Misnaya selaku pedagang sembako di pasar Manggisian Tanggul akan menjelaskan bagaimana cara pengelolaan barang dan penjualan dagangannya sebelum dipindah di lahan yang baru :

“Ya kalau untuk barang dagangan yang saya stok dalam toko saat sebelum dipindah sangat banyak karena pada saat di pasar sebelumnya kios saya lumayan besar jadi dapat menampung lebih banyak barang tapi yang lebih dominan ialah stok beras yang berada di kios saya, untuk penjualan saya biasanya sebagai agen dan eceran yang dimaksud agen disini banyak sesama pedagang di pasar yang kulaan ke saya jadi penjualan saya selain dari konsumen di luar pasar banyak juga dari para pedagang dan juga penjualan saya bukan hanya di pasar saja tapi di rumah saya juga membuka toko sembako”.⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa pedagang saat masih belum dipindah pada lahan baru memiliki tempat berjualan yang lebar sehingga dapat menampung lebih banyak barang dan ada juga sebagian pedagang yang menjadi agen di pasar Manggisian Tanggul sehingga

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁰ Mai, *wawancara*, Jember, 26 Februari 2022

⁶¹ Misnaya, *wawancara*, Jember, 3 Maret 2022

penjualan sudah terbilang sangat ramai karena bukan hanya dari luar pasar yang menjadi konsumen melainkan banyak juga dari sesama pedagang.

Ibu Yeni selaku pedagang sembako di pasar Manggisian Tanggul akan menjelaskan bagaimana penjualannya sebelum dipindah di lahan yang baru :

“Pada pasar sebelumnya kios saya berada di bagian tengah pasar memiliki tempat yang lumayan besar sehingga cukup untuk menyimpan stok barang, penjualan saya pada saat itu terbilang cukup ramai banyak pelanggan saya pedagang kecil dari desa yang membuka toko dirumahnya selain itu banyak juga masyarakat disekitar pasar yang berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari”.⁶²

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas bahwa keadaan pedagang saat masih belum di pindah pada lahan yang baru pedagang cukup stabil karena memiliki tempat berjualan yang memadai dan juga setiap pedagang memiliki pelanggan tetap sehingga penjualannya lebih baik.

Pak Dafa selaku pedagang ciki-ciki/snak di pasar Manggisian Tanggul akan menjelaskan bagaimana cara penjualan serta strategi penjualannya sebelum dipindah pada lahan yang baru :

“Saat saya masih berjualan di pasar sebelumnya saya buka dari jam 6 pagi tutup pada jam 12 siang dalam berjualan ciki saya harus pandai memilih makanan yang di gemari anak-anak dan juga harus teliti melihat masa kada luarsa barang dagangan karena berhubungan dengan kesehatan anak-anak selain itu saya menerima penjuln online diantar pada sore hari menggunakan kendar pribadi pelanggan saya kebanyakan dari desa-desa yang akan dijual di toko perumahan dan sekolah masing- masing”.⁶³

⁶² Yeni, wawancara, Jember, 3 Maret 2022

⁶³ Dafa, wawancara, Jember, 7 Maret 2022

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas bahwa penjualan pedagang saat masih di pasar sebelumnya memang sudah memiliki strategi yang modern yaitu jika sudah berlangganan maka konsumen dapat memesan dengan cara online menggunakan telvon atau via pesan.

Ibu Safitri selaku pedagang ciki-ciki/snak di pasar Manggisian Tanggul akan menjelaskan bagaimana cara penjualan serta strategi penjualannya sebelum dipindah pada lahan yang baru :

“Ketika pasar masih belum di pindah saya memiliki tempat yang sangat strategis yaitu berada di bagian depan pasar dan juga memiliki banyak kios sehingga saya harus memperkerjakan banyak karyawan, untuk penjualan saya sebagai agen yaitu banyak pedagang di dalam maupun di luar pasar yang menjadi konsumen saya, untuk stategi penjualan yang saya gunakan ialah saya mengambil keuntungan/laba tidak begitu banyak sehingga saya memiliki banyak pelanggan”.⁶⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas bahwa pedagang sudah menjadi agen sejak lama ketika masih berjualan di pasar sebelumnya dan juga pedagang memiliki banyak konsumen/pelanggan karena strategi penjualan yang digunakan pedagang yaitu berani bersaing harga serta didukung oleh tempat yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumen.

Pak Agus selaku pedagang daging di pasar Manggisian Tanggul akan menjelaskan bagaimana cara penyimpanan dan strategi pemasaran penjualan sebelum dipindah pada lahan yang baru :

“Sebagai pedagang daging sapi saya harus memiliki mesin pendingin untuk menyimpan sisa daging yang belum laku terjual

⁶⁴ Safitri, wawancara, Jember, 9 Maret 2022

agar sisa daging tetap segar dan segar kebetulan saat pasar belum dipindah saya memiliki kios yang lumayan besar sehingga tempat pendingin dan daging yang dijual tertata dengan baik untuk menarik pelanggan kami menyediakan daging yang bersih dan berkualitas untuk bagian daging yang berlemak saya jual terpisah dengan harga yang lebih murah sebagai pedagang daging sapi saya menjaga kepercayaan para pelanggan bagi mereka yang menginginkan daging yang bagus maka saya benar-benar memberikan daging yang bagus”.⁶⁵

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas bahwa pedagang daging di pasar sebelumnya memiliki kios yang lumayan besar sehingga bisa menyimpan lemari pendingin untuk menjaga kesegaran barang dagangannya dan untuk menjualannya pedagang lebih memegang prinsip kepercayaan pelanggan sebagai salah satu strategi penjualannya.

Ibu Titik selaku pedagang daging di pasar Manggis Tanggul akan menjelaskan bagaimana cara penyimpanan dan strategi pemasaran penjualan sebelum dipindah pada lahan yang baru :

“ketika berada di pasar sebelumnya saya berjualan di bagian dalam pasar bagian tengah menggunakan los saya berjualan daging ayam, karena yang saya jual daging maka saya membutuhkan pendingin sebagai penyimpan barang dagangan yang hari ini masih belum laku terjual karena tempat berjualan saya los bukan kios maka pendingin saya simpan di rumah, untuk penjualan saya hanya berdiam di los sembari menunggu pembeli datang dan untuk harga yang saya gunakan sama seperti pedagang yang lain untuk menjaga kekompakan sesama para pedagang”.⁶⁶

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas bahwa pedagang saat masih berjualan di pasar sebelumnya menggunakan strategi bersaing dengan sehat yaitu untuk menentukan harga dagangan para pedagang

⁶⁵ Agus, wawancara, Jember, 11 Maret 2022

⁶⁶ Titik, wawancara, Jember, 13 Maret 2022

menyama ratakan harga penjualan untuk menjaga kerukunan sesama pedagang.

2. Bagaimana Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sesudah Revitalisasi Pasar Manggisan

Pedagang di pasar Manggisan setelah revitalisasi pasar mayoritas berjualan didalam toko yang kecil sebagaimana yang peneliti temukan ketika melakukan wawancara terhadap salah satu pedagang yaitu pedagang yang berjualan pada masa sebelum pasar di revitalisasi mereka mengatakan bahwasanya berjualan ditempat yang lebih luas sehingga penataan barang dagangan lebih banyak serta tempat penyimpanan barang yang lebih luas, pedagang mengatakan bahwa sebelum pasar direvitalisasi, dari segi tempat yang diberikan oleh pemerintah jauh lebih baik daripada sekarang.⁶⁷

Pada bagian ini akan disajikan deskripsi strategi penjualan yang digunakan pedagang di pasar Manggisan Tanggul setelah di pindah pada lahan baru karena pedagang setelah dipindah beradaptasi dari awal untuk menyesuaikan dalam hal tempat, waktu, wilayah yang ditempati, pedagang yang lain, dan juga kepada para pelanggan dalam menarik minat konsumen.

Pak Dafa selaku pedagang daging sapi di pasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan bagaimana kondisi penjualannya setelah berada pada lahan yang baru :

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶⁷ *Observasi*, Jember, 21 Februari 2022

“Setelah dipindah saya masih menjual daging sapi mas, saya berjualan disini sudah cukup lama, kurang lebih sekitar 3 tahunan sejak pasar manggis mulai di revitalisasi. Daging sapi disini kan termasuk kebutuhan sehari-hari banyak pembeli yang bergantian datang meskipun pedagang daging sapi disini bukan hanya saya saja. Saya disini menyediakan daging sapi yang berkualitas dan segar, setiap orang yang mau membeli daging di kios saya pasti saya tanyai lebih dulu mau membeli daging yang kualitasnya seperti apa jadi saya pastikan daging yang dibeli dari saya kualitasnya unggulan. Saya disini setiap hari memotong sapi sendiri bersama dengan karyawan saya biasanya dalam sehari 1 ekor sapi itu habis terjual jikalau ada sisa daging sapi yang belum terjual saya menyediakan pendingin khusus di kios saya jadi saya tidak perlu membawa sisa daging yang belum terjual ke rumah, untuk penjualan di hari-hari biasa biasanya saya habis 1 ekor sapi itupun kadang masih kurang tapi kalau hari-hari besar seperti lebaran saya sampai menyembelih 3 ekor sapi dan itupun terjual habis, Untuk pembelian sapi, bapak saya sendiri yang mencari di petani atau di pasar sapi karena bapak saya yang lebih pengalaman dalam hal memilih kualitas sapi yang akan di sembelih kalau dapat dari petani biasanya harganya lebih murah dari harga pasar. Rata-rata kebanyakan langganan saya ialah para pedagang bakso dan rumah makan”⁶⁸

Dilanjutkan dengan hasil wawancara Ibu Muzayyanah sebagai pedagang konveksi setelah di pindah di lahan yang baru :

“setelah saya di pindah ke sini penjualan saya menurun drastis dik karena penjualan saya tidak selancar saat masih berada di pasar sebelumnya, pelanggan saya banyak yang tidak datang untuk membeli dagangan saya terlebih lagi tempat yang di berikan mantri pasar ini sangat kecil, jadi saya sulit untuk menata barang dagangan saya karena pedagang konveksi itu harus punya lapak yang luas untuk memajang dagangannya supaya pembeli yang melihat tertarik untuk membeli, karena pakaian itu bukan kebutuhan pokok yang habis dalam satu hari jadi strategi penjualannya harus lebih baik dari pedagang yang menjual kebutuhan sehari-hari. Untuk mengatasi itu saya sedikit merenovasi dan memperluas lapak saya dengan cara menyewa kepada pemilik lapak sebelah yang sudah tidak mempunyai minat berjualan lagi di pasar yang baru ini. Kalau untuk penjualan saya masih tetap bertahan untuk berjualan barang konveksi tetapi untuk

⁶⁸ Agus, wawancara, Jember, 11 Maret 2022

penyetokan barang saya hanya kulaan sedikit dik, jika ada pelanggan yang bertanya barang yang tidak ada di lapak saya misalnya handuk, jika stok tidak ada maka saya akan kulaan tapi tidak banyak paling banyak enam handuk untuk stok barang. Dan untuk cara berjualan saya hanya berdiam diri di toko sembari menunggu pelanggan datang, alhamdulillah sedikit banyaknya ada pelanggan yang membeli dagangan saya, kebanyakan dari mereka adalah sesama pedagang di pasar biasanya membeli pakaian dalam, baju dll”⁶⁹.

Disambung lagi wawancara dengan ibu Hamiyah selaku pedagang konveksi di pasar Manggis Tanggul setelah di pindah pada lahan yang baru :

“Pada awal pindah di pasar baru ini saya berjualan barang konveksi yang berasal dari barang dagangan waktu di pasar yang lama akan tetapi karena di pasar yang baru lahannya sangat sempit dan pedagang konveksi hanya 2 orang pasti konsumen yang mencari barang konveksi sangat jarang kebanyakan orang yang datang berbelanja kebutuhan pokok seperti sembako dan sayuran karena kondisi pelanggan konveksi sangat sepi untuk bertahan di pasar yang baru saya berganti profesi dagangan, saya beralih berjualan bahan-bahan kantong plastik karena banyak dibutuhkan oleh pedagang sembako dan sayuran untuk menambah penghasilan, saya melengkapi dagangan dengan dagangan yang lain misalnya kertas minyak, tisu, bahan-bahan kue kotak nasi, mika ikan dll. Karena kondisi tempat yang sangat sempit saya tidak bisa menyetok barang yang banyak dan juga tempat berjualan saya yang berada di tengah-tengah pasar jarang di datangi pengunjung oleh karena itu untuk melancarkan barang dagangan saya saya berkeliling pasar menawarkan barang dagangan saya ke para pedagang sayur dan kepada pedagang sembako karena pedagang plastik juga banyak saya harus berani bersaing harga. Untuk bisa bersaing harga saya mencari agen plastik yang lebih murah dan berkualitas baik jadi saya tidak berpatokan pada satu juragan agar bisa mendapatkan banyak macam-macam barang kantong plastik untuk kualitasnya sendiri saya order terlebih dahulu dan barang di kirim ke esokan harinya ke tempat saya”⁷⁰.

⁶⁹ Muzayyanah, *wawancara*, Jember, 21 Februari 2022

⁷⁰ Hamiyah, *wawancara*, Jember, 21 Februari 2022

Ibu Safitri selaku penjual ciki-ciki akan menjelaskan tentang penjualannya setelah dipindah pada lahan baru :

“Pembeli disini bukan hanya di konsumsi sendiri mas, melainkan kebanyakan untuk dijual lagi jadi saya sebagai pedagang sekaligus agen harus memberikan harga yang lebih murah dari pada toko-toko yang lain iya meskipun tidak mendapatkan untung yang banyak yang penting toko saya laris mas, sehingga banyak pedagang yang banyak belanja di toko saya, disini saya tidak menerima menyuplai ke toko-toko tapi pedagang sendiri yang datang ke toko saya, kebanyakan dari mereka berasal dari desa lain, sekolahan, pesantren, dan perumahan sekitar”.⁷¹

Dan menurut Ibu Misnaya selaku pedagang sembako mengatakan hal yang sedemikian tentang penjualannya setelah berada dilahan baru :

“Setelah dipindah saya masih menjadi pedagang sekaligus agen sama seperti saat di pasar sebelumnya dik, meskipun setelah di pindah banyak langganan saya yang masih kulaan ke saya, malah setelah di pindah pedagang yang belanja ke saya lebih banyak seperti teman-teman pedagang pasar yang ikut kulaan ke saya juga. Untuk harga saya sudah tidak ada sistem tawar menawar dari dulu, karena dagangan yang saya jual sudah sangat murah jadi kebanyakan pelanggan saya sudah tau apalagi langganan yang sudah lama berbelanja ke saya saat masih di pasar sebelumnya belanja ke saya. Untuk pelanggan yang ingin berbelanja mereka hanya memberikan nota barang apa saja yang ingin di beli lalu saya tinggal mengambil barang yang diinginkan dan selanjutnya melakukan transaksi”.⁷²

Hal tersebut berbeda dengan yang dialami oleh ibu Titik sebagai pedang daging ayam setelah di pindah, dia mengatakan :

“Setelah di pindah di lahan yang baru saya tetap menjual daging ayam tetapi kondisi saya setelah di pindah tidak selancar ketika saya berjualan di pasar sebelumnya itu dikarenakan di pasar yang baru banyak bertambahnya pedagang daging ayam yang baru sehingga persaingan penjualan lebih tinggi dan kebetulan tempat saya berjualan berada di tengah-tengah pasar sehingga saya sulit

⁷¹ Safitri, *wawancara*, Jember, 9 Maret 2022

⁷² Misnaya, *wawancara*, Jember, 3 Maret 2022

terjangkau oleh konsumen. Karena banyaknya pedagang baru yang berjualan seperti saya, jadi untuk penentuan harga daging ayam disini semua pedagang bersaing untuk menjual lebih murah, karena itu saya penjualan saya semakin berkurang. Untuk mengatasi masalah ini saya memotong ayam lebih sedikit dari pada sebelumnya untuk mengurangi tidak banyaknya daging ayam yang tersisa”⁷³.

yang diungkapkan oleh Ibu Sumiyati selaku pedagang sayuran di pasar Manggisian Tanggul setelah di pindah pada lahan baru beliau mengatakan :

“Kalau di pasar ini mas, sudah sejak dulu sebelum pasar dipindah iya pembeli langsung datang kesini mas. Meskipun pembeli adalah pedagang yang membeli sayuran untuk dijual lagi (belenjo) mereka datang sendiri untuk kulaan jadi saya tidak perlu menyuplai sayuran ke rumah-rumah mereka dan biasanya jam setengah dua malam para belenjo sudah sangat ramai untuk berbelanja sayuran untuk dijual lagi saat pagi hari ke desa-desa sekitar”⁷⁴.

Dafa selaku pedagang ciki-ciki di Pasar Manggisian Tanggul mengatakan bahwa penjualan yang dilakukan setelah berada dilahan baru yakni :

“Setelah saya dipindah di lahan baru ini penjualan saya tetap sama seperti sebelumnya dik, saya berjualan di pasar dan konsumen datang sendiri ke kios saya untuk belanja dan saya juga menerima orderan melalui pesan menggunakan via telvon atau pesan, jadi selain dari penjualan di pasar saya juga biasanya mengantarkan pesanan ke para konsumen yang sudah memesan terlebih dahulu melalui kendaraan pribadi saya”⁷⁵.

⁷³ Titik, wawancara, Jember, 13 Maret 2022

⁷⁴ Sumiyati, wawancara, Jember, 25 Februari 2022

⁷⁵ Dafa, wawancara, Jember, 7 Maret 2022

Berikut yang dipaparkan oleh Ibu Yeni salah satu pedagang sembako di pasar Manggisan Tanggul hal yang dilakukan agar penjualannya lebih laku setelah berada di lahan baru mengatakan bahwa:

“Saya mas biasanya agar dagangan saya lebih laku biasanya melakukan promosi dengan menjajah kan ke orang yang lewat kadang saya bilang, bu minyak lagi murah lagi murah, beras lagi ada yang murah dan sebagainya. Ya kadang dari situ kan orang yang lewat penasaran dan akhirnya liat-liat kalau ada yang suka pasti dibeli juga meskipun tidak semua yang datang pasti membeli”.⁷⁶

Penjelasan itu sejalan dengan pemaparan yang diberikan oleh Ibu Mai selaku pedagang sayuran di pasar Manggisan Tanggul mengatakan bahwa :

“Kalau masalah promosi, saya biasanya Cuma melakkan basa basi saja. Kalau ada orang yang lewat saya bilang, sawinya mumpung masih segar, cabainya mumpung lagi turun gitu aja mas. Sama kok seperti penjual lain biasanya seperti itu”.⁷⁷

Dari hasil wawancara diatas bahwasanya setelah pedagang pasar Manggisan Tanggul dipindah pada lahan baru mereka tetap menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari seperti bahan pokok, pakaian dan sebagainya yang dibutuhkan oleh masyarakat setiap harinya. Strategi yang digunakan para pedagang di lahan pasar Manggisan Tanggul yang baru yaitu bersaing mengenai kualitas barang dan cara pemasaran dimulai dari penetapan produk, penetapan harga, pendistribusian kepada konsumen dan mempromosikan barang dagangannya, seperti pedagang daging sapi dan ayam yang harus menjaga kualitas agar pelanggan tetap percaya untuk

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁷⁶ Yeni, wawancara, Jember, 3 Maret 2022

⁷⁷ Mai, wawancara, Jember, 26 Februari 2022

membeli dagangannya karena banyaknya pesaing baru yang bermunculan, pedagang konveksi beralih produk yang dijual, pedagang ciki-ciki/snack yang menjadi agen di pasar Manggisan tersebut dan pedagang sayuran yang menjajahkan produk yang dijualnya.

Di pasar Manggisan Tanggul dalam kegiatan perdagangan, ada beberapa proses yang dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam kegiatan tersebut, seperti penawaran pada penjual biasa, penawaran pada barang yang belum mempunyai harga pasti, biasanya berkaitan dengan penentuan harga, karena semua itu merupakan salah satu realitas kenyataan yang tidak bisa terbantah oleh penjual yang menginginkan barang yang dijualnya dapat terjual dengan harga yang diinginkan, sementara pembeli menginginkan dapat membeli dengan harga yang rendah. Tapi ada juga sebagian pedagang yang sudah menentukan harga barang dagangannya terlebih dahulu jadi ketika ada pembeli yang ingin membeli tidak perlu tawar menawar lagi tinggal langsung melakukan transaksi hal ini biasanya dilakukan oleh pedagang yang sekaligus menjadi agen.

Pedagang pasar Manggisan sudah cukup efektif seperti yang dikemukakan oleh para pedagang, ada pedagang yang sudah dari awal pindah sudah berjualan dengan baik dan ada juga pedagang yang masih harus beradaptasi dari awal serta memiliki kendala-kendala yang tidak mereka alami saat masih berada di pasar sebelumnya.

3. Apa Saja Kendala Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Setelah Revitalisasi Pasar Manggisan

Dalam masa revitalisasi pasar Manggisan Tanggul tentu masyarakat di pindah agar tidak kehilangan lapak berjualannya. Pada masa pemindahan tersebut pedagang harus beradaptasi lagi dari awal untuk menyesuaikan dengan lahan yang baru. Dalam masa tersebut pasti ada kendala-kendala yang dialami oleh para pedagang. Peneliti disini akan menjelaskan apa saja kendala yang di alami oleh pedagang setelah di pindah pada lahan baru.

dari hasil wawancara Ibu Hamiyah selaku pedagang konveksi di pasar Manggisan Tanggul mengatakan bahwa :

“Pada awal-awal pindah dulu saya harus menyesuaikan dengan tempat berjualan saya yang baru, saya merasa bingung pada awal pindah karena sebagai pedang konveksi saya hanya mendapatkan tempat berjualan satu setengah meter, tempat itu hanya muat satu meja, dan tempat yang diberikan sekarang bukan kios melainkan los jadi saya kesulitan menata barang dagangan saya dan juga penyimpanannya selain itu lokasi saya juga berada di tempat yang jarang dilewati para konsumen dan jalan untuk konsumen juga sangat kecil jadi toko saya jarang sekali di datangi oleh pengunjung, sekitar kurang lebih saya bertahan berjualan pakaian tapi tetap saja sepi akhirnya saya menyambi berjualan plastik-plastik dan Alhamdulillah lambat laun dagangan saya mulai agak ramai meskipun begitu kendala saya tetap di penyimpanan barang yang sempit jadi saya tidak bisa menyetok banyak barang dagangan”⁷⁸.

Penjelasan ini juga di paparkan oleh Ibu Yeni selaku pedagang sembako di pasar Manggisan Tanggul yang baru bahwa :

⁷⁸ Hamiyah, *wawancara*, Jember, 21 Februari 2022

“Kalau dulu pas awal pindah dik, saya mengalami kesulitan penataan barang dagangan dan juga penyimpanan stok barang, disini saya tetap berjualan sembako dik meskipun tidak seperti dulu karena tempat yang diberikan tidak sebesar tempat berjualan kios saya yang dulu dan tempat yang diberikan sekarang berupa los bukan kios, tetapi saya mengkalinya dengan cara merenovasi sendiri menyerupai kios kecil agar lebih aman dan juga pelanggan-pelanggan saya yang dulu juga jarang datang ke sini selain tempat berjualan saya yang sempit lahan yang baru ini juga jauh dari pemukiman desa-desa jadi para pelanggan saya yang dulu lebih memilih membeli di pasar Raya Tanggul karena lebih dekat dari pada pasar Manggisian Tanggul yang sekarang. Tapi Alhamdulillah skarang sudah mulai ada sebagian pelanggan yang berbelanja ke saya lagi dik”.⁷⁹

Pernyataan ini juga dikemukakan oleh Ibu Misnaya selaku pedagang sembako di pasar Manggisian Tanggul menjelaskan bagaimana kendala setelah di pindah di lahan yang baru :

“Iya kalau kendala saya di pasar baru ini iya cuma di tempat yang diberikan yang sekarang ini sih dik, tempatnya sangat kecil saya yang pedagang sembako sangat membutuhkan tempat yang lebar untuk stok barang dagangan dan penyimpanannya, apalagi pas awal-awal pindah dulu saya hanya di berikan los bukan kios jadi saya harus masih merenovasi sendiri los saya agar seperti kios selain untuk menyimpan stok barang barang sekaligus untuk menjaga keamanannya dik. Dan juga saya memiliki toko juga dirumah jadi tidak terlalu terbebani oleh keadaan sekarang banyak barang dagangan saya yang saya simpan dan dijual di rumah. Untuk pelanggan saya rasa tidak terlalu berbeda masih sama seperti sebelumnya, dagangan saya terbilang masih laris”.⁸⁰

Ibu Safitri selaku pedagang ciki-ciki di pasar Manggisian Tanggul akan menjelaskan apa saja kendala yang di alami setelah pemindahan lahan berjualan.

“Pas awal ada kebijakan dari pemerintah kalau pasar mau dipindah saya menyurvei terlebih dahulu lahan yang akan ditempati oleh

⁷⁹ Yeni, wawancara, Jember, 3 Maret 2022

⁸⁰ Misnaya, wawancara, Jember, 3 Maret 2022

saya, karena tempat yang diberikan begitu sangat sempit dan tidak bisa menampung semua dagangan saya jadi saya tidak mau menempati tempat itu dik, oleh karena itu saya sewakan kepada pedagang yang lain untuk menambah modal. Selanjutnya agar saya bisa tetap berjualan maka saya menyewa rumah yang saya jadikan toko untuk berjualan yang berada di sebelah pasar manggisan yang dulu. Saya lebih memilih berjualan di sini karena selain tempat yang lebih besar dan bisa menyimpan banyak barang dan juga agar pelanggan saya tidak ada yang kebingungan mencari tempat toko saya yang baru”.⁸¹

Ibu Mai selaku pedagang sayuran dipasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan apa saja kendala yang di alami saat setelah dipindah pada lahan yang baru.

“Untuk kendala saya setelah di pindah itu mungkin dari segi tempat, penyesuaian dan wartu buka pasar dik, untuk tempat yang sekarang lebih kecil dari sebelumnya dan juga menurut saya kurang strategis karena sekarang tempat berjualan saya berdempetan dengan lahan parkir jadi sulit buat jalan pembeli. Juga kendala saya awal-awal pinada iya untuk menyesuaikan dengan tempat baru ini dari banyak teman berdagang yang lain sekaligus menjadi pesaing, tempat yang baru dan konsumen yang juga kebanyakan yang baru-baru. Dan juga yang menjadi kendala adalah jam buka pasar dik kalau dulu jam 4 pagi baru dibuka kalau sekarang jam 12 malam sudah di buka jadi saya sebagai pedagang sayuran harus bisa mengatur jam berjualan saya lebih awal dari pada sebelumnya”.⁸²

Pernyataan ini juga dikemukakan oleh Ibu Sumiyati selaku pedagang sayuran di pasar Manggisan Tanggul bagaimana kendala yang dialami setelah di pindah di lahan yang baru :

“Kalau bicara masalah kendala mungkin yang di alami semua pedagang sayuran sama semua dik, yang pertama itu pasti tempat berjualan kalau ini semua pedagang juga mengalami selain tempat yang sempit, tempat yang sekarang hanya sekedarnya saja yang penting pedagang bisa berjualan dan juga dari banyaknya pesaing

⁸¹ Safitri, wawancara, Jember, 9 Maret 2022

⁸² Mai, wawancara, Jember, 26 Februari

baru yang ada jadi sekarang itu harus pintar-pintar menarik konsumen yang datang”.⁸³

Pak Agus selaku pedagang daging di pasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan bagaimana kendala yang dialami setelah pemindahan pedagang pada lahan yang baru :

“Kendala saya sebagai pedagang daging sapi harus memiliki mesin pendingin untuk menyimpan sisa daging yang belum laku terjual tapi di tempat yang sekarang tempat yang diberikan tidak terlalu besar jadi tidak muat untuk mengisi mesin pendingin jadi saya harus mengakali dengan merombak tempat berjualan saya agar bisa di tempati mesin pendingin, iya mesipun saya masih harus mengurangi stok daging yang saya jual di pasar. dan Alhamdulillah meskipun ada pengurangan barang dagangan saya jual, penjualan saya masih bisa dibilang sangat laris”.⁸⁴

Pernyataan ini sejalan dengan yang di paparan ibu Titik selaku pedagang daging di pasar Manggisan Tanggul tentang kendala yang dialami setelah di pindah pada lahan yang baru :

“Kalo kendala saya setelah dipindah ke sini yang pertama itu pasti dari tempat yang di berikan mas, selain sempit tempat saya juga juga kurang strategis berada di bagian tengah jadi jarang dikunjungi para konsumen. Yang ke dua setelah pindah ke sini persaingan antara pedagang juga semakin ketat apalagi banyak pedagang-pedagang baru yang berjualan di sini jadi harus pintar-pintar menarik pelanggan yang lewat mas, apalagi dulu pas awal-awal pindah saya masih kebingungan bagaimana cara mengatasi masalah saya dari tempat yang di berikan oleh pemerintah saya masih harus beradaptasi lagi dari awal bagaimana kedepannya”.⁸⁵

⁸³ Sumiyati, wawancara, Jember, 25 Februari 2022 digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁴ Agus, wawancara, Jember, 11 Maret 2022

⁸⁵ Titik, wawancara, Jember, 13 Maret 2022

Ibu Muzayyanah selaku pedagang konveksi di pasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan bagaimana kendala yang dialaminya setelah di pindah di lahan yang baru.

“Kendala saya setelah dipindah di lahan baru ini mungkin tidak terlalu berbeda dengan pedagang yang lain dik dari segi tempat, penyesuaian, dan konsumen. Dari segi tempat, yang diberikan pemerintah kepada saya terbilang sangat sempit apalagi tempat yang diberikan bukan kios melainkan los dan saya sebagai pedagang konveksi butuh penyimpanan yang luas karena barang konveksi seperti baju, tas, sepatu dan barang-barang konveksi lainnya membutuhkan penataan yang rapi untuk itu saya harus merenovasi tempat saya yang awalnya los dibuat menyerupai los selain sebagai penyimpanan, hal ini juga sebagai keamanan barang dagangan saya”.⁸⁶

Pak Dafa selaku pedagang ciki-ciki/snak di pasar Manggisan Tanggul akan menjelaskan apa saja kendala yang dialaminya setelah di pindah pada lahan yang baru ini :

“Iya kalau kendala yang saya alami pas awal-awal pindah itu iya dari tempatnya dik, karena tempat yang diberikan sangat sempit berbeda dengan saat di pasar sebelumnya, tempat berjualan saya jauh lebih besar. Dan juga pada awal pemindahan saya masih harus beradaptasi lagi di lahan yang baru ini tapi setelah beberapa bulan akhirnya dagangan saya kembali normal seperti dulu lagi”.⁸⁷

Apa benar yang dilakukan revitalisasi hanya di pasar manggisan saja sedangkan pasar di Kota Tanggul sendiri ada 3 dan apa sebab terjadinya penyempitan lahan penjualan para pedagang menurut Bapak Sumar selaku Kepala Dinas Pasar Manggiasan Tanggul mengatakan bahwa:

“Memang di kota Tanggul sendiri ada 3 pasar yaitu pasar raya Tanggul, pasar Manggisan Tanggul dan pasar sapi seninan tetapi hanya ada 2 pasar tradisional yang 1 tersebut adalah pasar hewan,

⁸⁶ Muzayyanah, *wawancara*, Jember, 21 Februari 2022

⁸⁷ Dafa, *wawancara*, Jember, 7 Maret 2022

namun yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Jember hanya 2 pasar tradisiona tersebut dan hanya pasar manggisan yang dilakukannya revitalisasi pada tahun 2018 kemaren sedangkan pasar raya tanggul cuma dilakukan perenovasian oleh PEMKAB Jember. Dan kenapa tempat berjualan pedagang lebih sempit karena tempat sekarang disatukan dengan lahan parkir sehingga ada penyempitan lahan penjualan hal ini dilakukan agar semua pedagang yang dipindah dapat tertampung semua”.⁸⁸

Pendapat tersebut, juga dijelaskan oleh Bapak Rohim selaku Juru Parkir Pasar Manggisan Tanggul mengatakan bahwa:

“Kenapa tempat berjualan para pedagang sekarang lebih sempit dari pada sebelumnya dikarenakan lahan yang sekarang juga digunakan sebagai lahan parkir untuk para pedagang, kalau pada pasar sebelumnya parkirannya ada di seberang jalan jadi tidak memakan lahan pasar untuk digunakan sebagai tempat parkir”.⁸⁹

Berdasarkan dari hasil wawancara kepada beberapa pedagang di pasar Manggisan Tanggul diatas bahwa kendala yang dialami oleh para pedagang kebanyakan sama yaitu dari segi tempat yang diberikan oleh pemerintah yakni jauh lebih sempit dari pada sebelumnya. Kebanyakan para pedagang kesulitan untuk menyesuaikan ditempat yang baru karena pedagang harus meminimalisir kekurangan yang di alaminya saat itu, dan kendala yang di alami para pedagang selain dari segi tempat yaitu persaingan yang jauh lebih ketat dari pada sebelumnya karena banyaknya pedagang-pedagang baru yang menempati pasar Manggisan Tanggul yang baru saat ini.

Pasar Manggisan Tanggul saat setelah di pindah pada lahan baru, ada beberapa proses yang dilakukan oleh pihak yang terlibat dalam

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁸⁸ Sumarto, *wawancara*, Jember, 17 Maret 2022

⁸⁹ Rohim, *wawancara*, Jember, 17 Maret 2022

kegiatan tersebut, seperti waktu pemindahan pedagang, tempat yang disediakan oleh pemerintah pasar, kesediaan pedagang untuk dipindah, serta kondisi yang dialami oleh para pedagang setelah di pindah pada lahan baru, dan tentunya semua itu pasti memiliki kendala yang di alami oleh masing-masing pihak seperti pemerintah pasar dan para pedagang. Kendala yang di alami ialah tempat yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang di inginkan oleh para pedagang yakni tempat berjualan yang jauh lebih sempit dan hal ini menjadi resiko para pedandang, kebanyakan dari mereka merenovasi sedikit tempat yang diberikan agar lebih baik saat berjualan.

C. Pembahasan Temuan

Pada bagian ini akan dibahas temuan-temuan penelitian tentang Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Manggisan Kecamatan tanggul Kabupaten Jember.

Data diperoleh dalam bentuk argumentasi dan dokumentasi. Dalam bentuk argumentasi antara lain, yaitu informasi yang diperoleh dari Dinas Pasar Sukowono Kabupaten Jember, Juru parkir Pasar Sukowono dan pedagang pasar Sukowono, serta data yang diperoleh dari pengamatan yang telah dilakukan di lapangan. Sedangkan untuk dokumentasi, peneliti memperoleh data melalui foto-foto yang di dokumentasikan.

1. Bagaimana Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sebelum Revitalisasi Pasar Manggisan

a) Macam-macam Strategi Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencanarencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Menurut Winardi (1982), penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Adapun macam-macam strategi penjualan ialah strategi harga, strategi produk, strategi distribusi, strategi promosi.

Berdasarkan fakta lapangan strategi yang digunakan pedagang sebelum pasar manggisan di revitalisasi. Strategi atau cara berjualan yang digunakan pedagang tidak terlalu banyak, yaitu strategi yang digunakan oleh para pedagang sama halnya seperti yang digunakan pedagang pasar lain pada umumnya yaitu:

- Mencari agen yang berjualan lebih murah agar mampu bersaing harga saat dijual lagi kepada konsumen

- Mencari tempat berjalan yang lebih strategis yaitu tempat yang sering dikunjungi atau dilewati oleh para konsumen yang akan berbelanja di pasar
- Menjaga kualitas produk atau barang yang dijual agar para konsumen puas terhadap produk yang dibelinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja lagi di toko tersebut
- Menjajahkan produk yang dijual kepada konsumen ketika ada konsumen yang lewat di depan tokonya

b) Konsep Revitalisasi Pasar

Revitalisasi merupakan program pemerintah dalam upaya untuk memvitalkan kembali kawasan yang dulunya pernah vital atau hidup akan tetapi mengalami kemunduran. Konsep revitalisasi akan mengacu benar pada program pembangunan apabila fokus utamanya pada struktur manajemen yang dikelola dengan baik oleh aktor yang berkopeten, serta polanya mengikuti perubahan-perubahan. Revitalisasi bukan hanya mengubah bangunan pasar tetapi lebih dari itu. Gagalnya revitalisasi dalam merubah nasib pedagang pasar tradisional menunjukkan lemahnya manajemen pasar tradisional yang disebabkan karena pengelola pasar yang belum menjalankan fungsinya secara optimal dan tidak didukung dengan standart operation procedure yang jelas.

Berdasarkan fakta lapangan bahwasannya pasar Manggisan mulai di revitalisasi fisik pada tahun 2018. Agar pedagang tidak kehilangan lahan berjualannya, maka pemerintah memutuskan untuk memindah sementara tempat berjualan para pedagang di pasar Sapi Seninan Tanggul sampai pasar Manggisan benar-benar selesai.

c) Jenis-jenis Pasar

Pasar dikelompokkan menjadi 5 bagian yaitu waktu dan tempat bertemunya penjual dan pembeli, fisik pasar, produk yang diperjual belikan, pendistribusian, serta bentuk dan strukturnya. Pasar menurut sifat atau jenis produk yang diperjual belikan dibedakan menjadi dua bagian yakni pasar nyata dan pasar tidak nyata. Pasar pasar nyata adalah tempat pertemuan antara pembeli dan penjual melakukan transaksi secara langsung. Barang yang diperjualbelikan juga tersedia di pasar. Contohnya, pasar sayuran, buah-buahan dan pasar tradisional sedangkan pasar abstrak sedangkan pasar tidak nyata adalah terjadinya transaksi antara penjual dan pembeli hanya melalui telepon, internet dan lain-lain. Contoh barang telemarket dan pasar modal.

Berdasarkan fakta lapangan jenis pasar yang ada di pasar Manggisan ialah pasar *kongkrit* atau pasar nyata jadi tempat pertemuan (transaksi) antara pembeli dan penjual secara langsung, tetapi ada sebagian pedagang yang menggunakan sistem pasar tidak nyata jadi

pedagang melayani pembelian atau pemesanan produknya bisa dilakukan secara online seperti via telepon dan SMS.

2. Bagaimana Strategi Penjualan Produk dan Jasa Masyarakat Sesudah Revitalisasi Pasar Manggisan

Pada lahan baru pedagang beradaptasi lagi dari awal seperti tempat, kondisi dan strategi penjualan untuk meningkatkan penjualannya pada lahan baru, strategi yang di gunakan pedagang dikelompokkan menjadi empat bagian yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi, dan strategi promosi.

a) Strategi Produk

Strategi Produk adalah cara yang digunakan perusahaan dalam menciptakan suatu produk agar produk dapat bermacam-macam, sehingga produk yang di hasilkan bukan hanya satu macam produk melainkan beraneka ragam produk perusahaan pesaing pada industri yang sama, sehingga produk yang dihasilkan meluas menjadi beragam dan dapat menarik minat konsumen pada berbagai tingkatan daya beli, dan mencapai menguasai segmen-segmen pasar lainnya

Berdasarkan fakta lapangan bahwasanya setelah pedagang pindah pada lahan yang baru, dalam penjualan produknya ada pedagang yang tetap laris, ada yang semakin sepi pembeli, dan ada pedagang yang sampai berganti produk yang dijual karena penjualan produk sebelumnya tidak terpenuhi, oleh karena itu setiap pedagang memiliki cara penentuan produk yang dijual agar tetap memenuhi atau

mencapai tujuan usahanya. Seperti yang dialami pedagang informan A, informan M, dan informan H.

Misalnya pedagang yang tetap laris setelah di pindah maka yang dilakukan hanya mempertahankan kualitas produk penjualannya agar konsumen tetap berlangganan. Untuk pedagang yang mengalami penurunan penjualan setelah di pindah pedagang mengurangi produk yang di jual, jadi untuk penjualan pedagang lebih sering menunggu ada permintaan dari konsumen untuk melakukan penyetokan barang. Dan juga ada pedagang yang mengalami hal serupa sampai pedagang memutuskan berganti barang dagangan untuk tetap bertahan dalam kondisi pasar setelah di pindah.

b) Strategi Harga

harga adalah salah satu elemen penting dalam sebuah pemasaran, karna berbagai alasan harga dapat mempengaruhi minat konsumen dalam mengambil suatu keputusan dalam membeli suatu produk atau. Alasan ekonomis akan menunjukkan harga yang rendah dan harga terlalu berkompetisi menjadi salah satu hal yang mempengaruhi dalam meningkatkan kinerja dalam pemasaran, tetapi alasan psikologis kualitas produk dapat mempengaruhi bahwa harga justru merupakan indikator yang menunjukkan kualitas suatu barang dan karena itu dirancang sebagai salah satu poin penting dalam penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan.

Berdasarkan fakta lapangan bahwa dalam penentuan harga produk yang dijual terdapat pedagang yang menjadi agen sehingga memberikan harga yang lebih murah dari pada toko yang lainnya jadi bukan hanya konsumen dari luar pasar yang menjadi pembeli tetapi banyak juga dari pedagang yang lain seperti yang dikatakan informan M dan Informan S. Informan T salah satu pedagang setelah berada pada lahan baru penentuan harga produk yang dijual semakin buruk karena banyaknya pesaing baru yang berjualan serupa, para pedagang dalam penentuan harga yang digunakan dalam menarik konsumen menjual dengan harga miring atau sangat murah. Dalam pemindahan pedagang di lahan yang baru ada pedagang yang diuntungkan dan ada pedagang yang di rugikan, pedagang yang diuntungkan ialah pedagang partai besar seperti agen karena setelah pemindahan lahan banyak sesama pedagang menyetok barang dagangan ke para agen tersebut untuk dijual lagi. Dan yang di rugian ialah pedagan-pedagang kecil yang memiliki kualitas penjualan yang rendah atau banyaknya pesaing yang berjualan serupa.

c) **Strategi Distribusi**

Distribusi merupakan suatu kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga pengaplikasiannya sesuai dengan yang diperlukan oleh konsumen.

Berdasarkan fakta lapangan pendistribusian yang dilakukan oleh pedagang ialah pembeli atau konsumen datang sendiri ke pasar untuk membeli barang dagangan seperti yang dikatakan informan S tetapi ada sebagian pedagang yang menerima pendistribusian melalui online atau pesan antar seperti yang dilakukan oleh informan D.

d) Strategi Promosi

Promosi adalah pengenalan suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan rincian atau informasi mengenai barang yang di ciptakannya untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan mewujudkan pertukaran dalam pemasaran.

Berdasarkan fakta lapangan bahwa yang di lakukan pedagang di pasar Manggis Tanggul yang baru ialah dalam hal mempromosikan barang dagangannya untuk menarik konsumen agar barang dagangan lebih cepat laku terjual yaitu pedagang menawarkan langsung kepada konsumen yang lewat seperti yang dikatakan oleh informan Y dan M.

Promosi yang dilakukan pedagang M untuk bisa menarik konsumen untuk membeli ialah menawarkan kepada setiap konsumen yang lewat dan mempromosikan barang dagangannya jika saat ada diskon atau penurunan harga.

3. Apa Saja Kendala Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Setelah Revitalisasi Pasar Manggisan

Masalah atau kendala adalah kata yang sering kita dengar dalam kehidupan sehari-hari, tak ada seorangpun yang tak luput dari masalah baik masalah yang bersifat ringan ataupun masalah yang bersifat berat. Masalah adalah suatu kendala atau persoalan yang harus diselesaikan, atau dengan kata lain masalah merupakan kesenjangan antara kenyataan dengan suatu yang diharapkan dengan baik.

Pada umumnya semua orang yang sedang menjalankan usaha yang baru dimulai atau usahanya yang sedang berjalan pasti akan menghadapi masalah atau kendala di tengah-tengah usahanya, seperti halnya dengan para pedagang di pasar Manggisan Tanggul setelah di revitalisasi yang menghadapi kendala saat di pindah pada lahan baru.

Berdasarkan fakta lapangan ada beberapa kendala yang di hadapi pedagang pasar Manggisan Tanggul yaitu tempat yang diberikan pemerintah pasar sangat sempit, banyaknya persaingan pedagang yang baru, dan penyesuaian kondisi para pedagang.

Penyempitan lahan berjualan berlaku kepada semua pedagang yang di pindah pada lahan baru, karena penyempitan tersebut yang dialami pedagang sangat mempengaruhi penjualan seperti yang dialami oleh informan H, pada penjualan sebelumnya terbilang sangat stabil, setelah di pindah pada lahan baru karena tempat berjualan sangat sempit, terlebih lagi pedagang konveksi sangat membutuhkan tempat berjualan yang lebar

untuk memajang barang dagangannya, setelah di pindah pedagang mengalami kendala tersebut, untuk menutupi masalahnya akhirnya pedagang tersebut berganti barang dagangan menjadi pedagang plastik. Hal ini juga dialami oleh informan S sebagai pedagang snack atau ciki-ciki pada awal pemindahan pasar pedagang tersebut menyurvei terlebih dahulu tempat yang akan di tempatinya, karena tempat yang di berikan sangat sempit akhirnya memilih untuk tidak menempati lahan yang diberikan oleh pemerintah pasar, pedagang tersebut lebih memilih untuk menyewa toko di daerah sekitar pasar sebelumnya untuk ditempati berjualan.

Banyaknya persaingan pedagang baru, hal ini juga menjadi kendala para pedagang setelah di pindah karena semakin banyaknya pedagang penjualanpun menjadi semakin berkurang seperti yang dialami informan T sebagai pedagang daging, karena banyak pedagang baru yang seprovesi sebagai penjual daging maka pedagang sepakat memutuskan untuk menyama ratakan harga barang dagangannya agar menjalin kekompakan sesama pedagang antara yang lama dan pedagang yang baru.

Setelah pemindahan semua pedagang pada lahan baru kebanyakan para pedagang harus beradaptasi lagi dari awal seperti penyesuaian dengan tempat berjualan, beradaptasi dengan sesama pedagang dan juga dalam menarik konsumen. Seperti kendala yang dialami pedagang diatas, untuk menyisiati masalah tersebut sebagian pedagang mengurangi barang dagangannya untuk meminimalisir barang yang tidak laku terjual

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka kesimpulan yang didapat dengan hasil penelitian, sebagai berikut:

1. Strategi penjualan pedagang sebelum dilakukannya revitalisasi yaitu pedagang tidak banyak menggunakan strategi dalam pejualannya, pedagang hanya menggunakan cara berjualan seperti biasanya mencari agen yang menjual produk lebih murah, menjaga kualitas produknya, dan memilih tempat berjualan yang strategis
2. Strategi yang dilakukan pedagang setelah berada di lahan yang baru, pedagang memiliki cara berjualan yang berbeda-beda, dimulai dari penetapan harga, penentuan produk, pendistribusian dan promosi yang dilakukan, hal ini dikarenakan pedagang masih harus beradaptasi lagi sesuai dengan kondisi pasar yang sekarang
3. Kendala yang dialami pedagang kebanyakan dari segi tempat berjualan yang diberikan, karena tempat yang baru terbilang lebih sempit dari sebelumnya, selain dari tempat kendala yang dialami pedagang ialah pedagang masih harus beradaptasi lagi dari awal apalagi banyaknya pesaing-pesaing baru yang juga berjualan di lahan yang baru

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memberikan saran terhadap apa yang menjadi permasalahan dalam pembahasan skripsi ini:

1. Dilihat dari yang dialami oleh para pedagang strategi atau cara berjualan yang digunakan maka sebaiknya pedagang harus tetap mempertahankan apa yang membuat setiap usahanya dapat lebih berkembang. Juga mempertahankan setiap kualitas penjualan yang dilakukan agar setiap konsumen yang datang dapat terpuaskan.
2. Setiap pedagang yang mengalami kemunduran sebaiknya lebih kreatif dalam penjualan dan pemasaran barang dagangannya kepada setiap konsumen yang datang.
3. Setiap peralihan pada hal baru baik keadaan dulu maupun maupun keadaan yang sekarang dalam hal penjualan pasti memiliki kendala yang dialami setiap pedagang, untuk menyikapi hal tersebut maka pedagang sebaiknya lebih teliti dalam menyikapi setiap hal-hal kecil yang dapat menghambat jalannya suatu usaha agar setiap yang di kembangkan dalam penjualan tetap berjalan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Gede Prathiwa Pradipta dan I Gusti Putu Nata Wirawan. 2016. *Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Sumber Daya Pedagang Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Di Kota Denpasar*. Jurnal: Universitas Udayana, Bali.
- A. Muri, Yusuf. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Jakarta: Prenada Media.
- Al-Qur'an, 41:34
- Amiril, Sucahyo. 2008. *Strategi Distribusi*. Jurnal: Academia..
- Dewi Diniaty, Agusrinal. 2014. *Perancangan Strategi Pemasaran Pada Produk Anyaman Pandan (Studi Kasus: Home Industry Saiyo Sakato Di Kenagarian Padang Laweh Kecamatan Koto Vii Kabupaten Sawahlunto Sijunjung)*. Jurnal: Sains, Teknologi dan Industri.
- Ella, Alfinata dkk. *Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Prespektif Good Governance (Studi Di Pasar Tumpang Kabupaten Malang)*. Jurnal: Administrasi Public (JAP).
- Hamira, dkk. 2019. *Analisis Strategi Harga, Strategi Produk, Dan Keuntungan Pada Industri Kerupuk Kemplang Di Kota Palembang*. Jurnal: Ekonomi Pembangunan.
- Heri, Irawan. 2017. *Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai*: Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.
- <http://kamusbahasaindonesia.org/strategi> diakses tanggal 28-10-2020.
- I Gusti, Ngurah, Agung, Anom, Arimbawa dan A. A. I. N Marhaeni. 2017. *Analisis Efektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Desa Adat Intaran Sanur*. Jurnal: Universitas Udayana, Bali.
- Jilly, Bernadette, Mandey. 2013. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*. Jurnal: EMBA.
- Kadek, Cyntia, Pratiwi dan I Nengah, Kartika. 2019. *Analisis Efektifitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang dan Pengelolaan Pasar Pohgading*. (Jurnal: Universitas Udayana, Bali.

- Kadek, Cyntia, Pratiwi Dan I. Nengah, Kartika. 2019. *Analisis Eektivitas Program Revitalisasi Pasar Tradisional Dan Dampaknya Terhadap Pendapatan Pedagang Dan Pengelolaan Pasar Pohgading*, *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Universitas: Udayana.
- Lexy J. Moleong. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Lidya, Mongi dkk. 2013, *Kualitas Produk, Strategi Promosi Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado*. Jurnal: EMBA.
- Linda, Rossiana. 2011. *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. Jurnal: Kompetensi Teknik.
- M. Fuad Dkk. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- M. Iqbal, Hasan. 2002. *Pokok-pokok materi metodologi penelitian dan aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- M. Nafarin. 2009. *penganggaran perusahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malano, Herman. 2011. *Selamatkan Pasar Tradisional:Potret Ekonomi Rakyat Kecil*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nur, Asma. 2016. *Efektivitas Pasar Tradisional Pa'baeng-Baeng di Kota Makasar*. Makasar: Jurnal Ilmu Pemerintahan.
- Peraturan Presiden Republic Indonesia, Nomor, 112 Taun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Pembelanjaan Dan Toko Modern, BAB 1 Pasal 1.
- Prof Dr Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei) Uii Yogyakarta, Ekonomi Islam. 2008. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Putri, Tunggal, Dewi. 2018. *Efektivitas Kebijakan Revitalisasi Pasar Tradisional Srago Kabupaten Klaten Terhadap Kesejahteraan Pedagang*. Skripsi: Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

- Rizka, Aprilia. 2017. *Dampak Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Di Pasar Bulu Semarang*. Jurnal: Universitas Negeri Semarang, Purbalingga.
- Sugiono. 2002. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA.
- Syamruddin dan Ahmad, Yani, Nasution. 2020. *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasat Tradisional Terhadap Pendapatan Daerah Tanggerang Selatan Provinsi Banten*. Prosiding Seminar Nasional: Universitas Pamulang, Tangerang.
- Tengku, Maya, Magdina, M. Arif, Nasution, dan Husni, Thamrin. 2018. *Evaluasi Kebijakan Revitalisasi Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional Oleh Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan*. Jurnal: Antropologi Sosial dan Budaya, Pascasarjana Universitas Sumatera Utara, Sumatra Utara.
- Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. 2018. Jember: IAIN Jember.
- Undang-undang Nomer 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, Pasal 13 ayat (1), (2), (3)
- Veka, Verliana. 2018. *Analisis Pengaruh Revitalisasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Dalam Prespektif Ekonomi Islam*. Fakutlas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Skripsi: UIN RI Lampung.
- William, Chrysostom, Gonta. 2017. *Pengaruh Revitalisasi Pasar Terhadap Aktivits Pedagang Di Pasar Klewer Kota Surakarta*. Skripsi: Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

MATRIX PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember	Strategi penjualan	1. Pasar tradisioanal 2. Pedagang 3. Strategi penjualan	1. Strategi penjualan 2. Pasar tradisional 3. Revitalisasi pasar	1. Pedagang pasar 2. Staf pasar	1. pendekatan kualitatif 2. subyek penelitian 3. metode pengumpulan data <ul style="list-style-type: none"> • observasi • wawancara • dokumentasi 	1. Bagaimana Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Masyarakat Sebelum Revitalisasi pasar Manggisan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember? 2. Bagaimana Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Masyarakat Sesudah Revitalisasi pasar Manggisan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember? 3. Apa Saja Kendala Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Setelah Revitalisasi Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

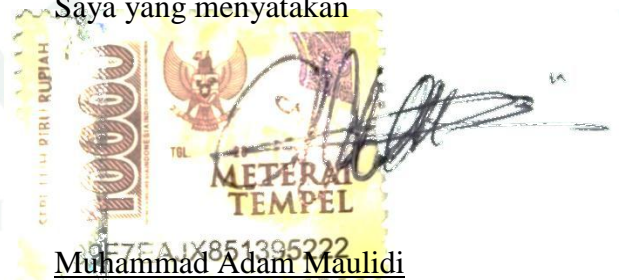
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Adam Maulidi
NIM : E20182277
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq

Dengan ini menyatakan bahwa ini skripsi yang berjudul **“Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Manggis Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember”** secara keseluruhan adalah benar-benar hasil kajian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 16 Juni 2022

Saya yang menyatakan



Muhammad Adam Maulidi
NIM. E20182277



PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN JEMBER
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Letjen S Parman No. 89 ☎ 337853 Jember

Kepada
Yth. Sdr. Camat Tanggul
Kabupaten Jember
di -
JEMBER

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 072/1437/415/2021

Tentang

PENELITIAN

- Dasar : 1. Permendagri RI Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Permendagri RI Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian
2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember
- Memperhatikan : Surat Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember tanggal 02 November 2021 Nomor : B-600/In.20/7/PP.00.9/11/2021 Perihal Rekomendasi

MEREKOMENDASIKAN

- Nama : Muhammad Adam Maulidi
NIM. : E20182277
Instansi : Jurusan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Alamat : Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember
Keperluan : Mengadakan Penelitian/Riset mengenai Strategi Penjualan Produk dan Jasa Sebelum dan Sesudah Revitalisasi di Pasar Manggis Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember
Lokasi : Pasar Manggis Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember
Waktu Kegiatan : Nopember 2021 s/d Selesai

Apabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara memberi bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud.

1. Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan
2. Tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik
3. Apabila situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember
Tanggal : 03-11-2021

KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK
KABUPATEN JEMBER



Dr. H. EDY BUDI SUSILO, M.Si
Pembina Utama Muda
NIP. 19681214 198809 1 001

- Tembusan :
Yth. Sdr. : 1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri KH.Achmad Siddiq
Jember;
2. Yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN

Jalan Kalimantan No. 82, Telp./Fax : 0331 - 334497

J E M B E R

Jember, 05 November 2021

Nomor : 511.2/ ⁵⁸⁹ /35.09.331/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Penelitian

Kepada
Yth.Sdr. BPP Pasar Manggis

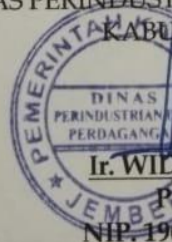
di -

TEMPAT

Memperhatikan surat Kepala Bakesbang dan Politik Kabupaten Jember Nomor 072/1437/415/2021 tanggal 03 November 2021 perihal Rekomendasi an. MUHAMMAD ADAM MAULIDI, dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, maka bersama ini kami sampaikan untuk dapatnya memfasilitasi kegiatan dimaksud yang akan dilaksanakan pada Bulan November 2021 s.d. selesai.

Demikian, atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Plt. KEPALA
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KABUPATEN JEMBER



Ir. WIDODO JULIANTO
Pembina Tk. I
NIP. 19660721 199203 1 007

Tembusan, Kepada Yth.

Sdr. MUHAMMAD ADAM MAULIDI



PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
KABUPATEN JEMBER

Jalan Kalimantan NO.82 Telepon /Fax (0331) 334497
JEMBER

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor: 540/ /35.09.331/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SUMARTO
Jabatan : KEPALA PASAR MANGGISAN KECAMATAN TANGGUL
KABUPATEN JEMBER

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : MUHAMMAD ADAM MAULIDI
NIM : 20182277
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Instansi : UNIVERSITAS KH. ACHMAD SIDDIQ JEMBER

Telah selesai melakukan penelitian di Pasar Manggisan yang berlokasi di Jalan HOS. Cokroaminoto, Tekoan, Tanggul Kulon, Kec. Tanggul, Kabupaten Jember, Jawa Timur, dibawah bimbingan bapak Pembantu Bendahara Penerima Pasar Manggisan, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Jember, 09 Juni 2022
KEPALA PASAR
MANGGISAN



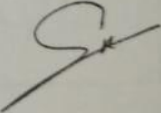
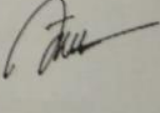
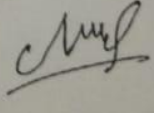
SUMARTO
NIP. 196602032007011022

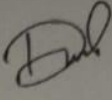
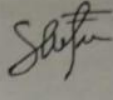
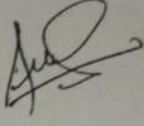
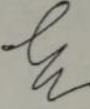

Jurnal Penelitian

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

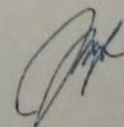
Strategi Penjualan Produk Dan Jasa Sebelum Dan Sesudah Revitalisasi Pasar Manggisan
Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

Lokasi: Pasar Manggisan Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	TTD
1	Senin, 7 februari 2022	Penyerahan surat perizinan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Jember untuk di serahkan ke kepala dinas pemerintah Pasar Manggisan	
2	Senin, 21 Februari 2022	Wawancara dengan Ibu Hamiyah dan Ibu Muzayyanah selaku pedagang konveksi (menemui beliau untuk menanyakan tentang kondisi penjualan, lahan kios dan pengelolaan produk yang di jual saat sebelum dan sesudah revitalisasi)	
3	Jumat, 25 Februari 2022	Wawancara dengan Ibu Sumiyatin selaku pdagang sayuran (menemui beliau untuk menanyakan kondisi penjualan dan lahan yang diberikan)	
4	Sabtu, 26 Februari 2022	Wawancara dengan Ibu Mai selaku pedagang sayuran (menemui beliau untuk menanyakan bagaimana cara berjualan saat sebelum dan sesudah revitalisasi)	
5	Kamis, 3 Maret 2022	Wawancara dengan Ibu Misnaya dan Ibu yeni selaku pedagang sembako (menemui beliau untuk menanyakan bagaimana penjualannya serta pengelolaan barang sebelum dan sesudah revitalisasi)	

6	Senin, 7 Maret 2022	Wawancara dengan Pak Dafa selaku pedagang snak/ciki-ciki (menemui beliau untuk menanyakan tentang cara penjualan sebelum dan sesudah revitalisasi)	
7	Rabu, 9 Maret 2022	Wawancara dengan Ibu Safitri selaku pedagang snak/ciki-ciki (menemui beliau untuk menanyakan tentang cara penjualan sebelum dan sesudah revitalisasi)	
8	Jumat, 11 Maret 2022	Wawancara dengan Pak Agus selaku pedagang daging sapi (menemui beliau untuk menanyakan cara penjualan dan strategi penjualan sebelum dan sesudah revitalisasi)	
9	Minggu, 13 Maret 2022	Wawancara dengan Ibu Titik selaku pedagang daging ayam (menemui beliau untuk menanyakan cara penjualan sebelum dan sesudah revitalisasi)	
10	Senin, 6 Juni 2022	Meminta data pasar Manggis dan wawancara kepada staf pasar sekaligus konfirmasi selesai penelitian (menemui Bpk. Sumarto dan bpk. Rohim)	

Jember, 14 Juni 2022
Mengetahui,
Kepala Pasar Manggis



Sumarto



Wawancara Dengan Ibu Yeni Pedagang Sembako



Wawancara Dengan Bapak Dafa Pedagang Ciki-Ciki



Wawancara Dengan Ibu Safitri Pedagang Ciki-Ciki



Wawancara Dengan Pak Agus Pedagang Daging Sapi



Wawancara Dengan Ibu Titik Pedagang Daging Ayam

BIODATA PENULIS



Profil Pribadi

Nama : Muhammad Adam Maulidi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tanggal Lahir : Jember, 12 Februari 2000
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Universitas : UIN KHAS Jember
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Angkatan : Ekonomi Islam/2018
Email : adammaulidi489@gmail.com

Riwayat Pendidikan

UIN KHAS Jember : Tahun 2018-2022
MA Al-Qodiri 1 Jember : Tahun 2015-2018
MTS Al-Qodiri : Tahun 2012-2015
SDN Tanggul Kulon 1 : Tahun 2006-2012