#### **BAB IV**

#### HASIL PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1. Sejarah Berdirinya Pasar Campurdarat Tulungagung

Pasar Campurdarat ini merupakan pasar pertama dan satu-satunya yang ada di Desa Campurdarat, Kecamatan Campurdarat, Kabupaten Tulungagung. Menurut sejarah, pasar ini sebenarnya sudah ada sejak sekitar tahun 60an, namun pada saat itu belum terbentuk sebuah pasar yang luas dengan jumlah pedagang yang banyak. Awalnya di tempat tersebut (yang saat ini merupakan lahan pasar Campurdarat) hanya ada satu pedagang yang berjualan, tepatnya di bawah pohon ringin. Kemudian seiring berjalannya waktu, jumlah pedagang yang ada di tempat tersebut semakin bertambah dan beraneka ragam. Saat itu, para pedagang hanya menjajakan dagangannya dengan lesehan, karena belum adanya bangunan yang didirikan.

Dengan terus bertambahnya jumlah pedagang yang ada di tempat tersebut, akhirnya pada tahun 1969 didirikan beberapa kios untuk memfasilitasi para pedagang agar dapat berjualan dengan lebih layak. Dan dari sinilah pada akhirnya tahun berdirinya pasar Campurdarat ditetapkan pada tahun 1969. Namun pada tahun tersebut, Pasar Campurdarat belum ada pengelolaan secara terstruktur. Dengan seiring berkembangnya waktu, jumlah pedagang yang ada di pasar Campurdaratpun juga semakin banyak,

dan bahkan pedagang yang berjualan di sana tidak hanya berasal dari Desa Campurdarat, melainkan banyak juga pedagang yang berasal dari desa tetangga, seperti Desa Gamping dan Desa Pelem. Dan dengan semakin besar serta ramainya pasar tersebut, kemudian pada akhir tahun 80an pasar tersebut mulai dikelola oleh pemerintah desa setempat. Sejak saat itulah pasar Campurdarat juga semakin berkembang pesat dan di kenal sampai desa-desa tetangga.

Hingga saat ini, pasar Campurdarat telah menjadi pasar yang besar dan ramai pengunjung. Sejak dikelola oleh pemerintah desa setempat pada akhir tahun 80an, pasar Campurdarat telah mengalami beberapa kali renovasi dan perluasan tempat. Hal ini semata-mata untuk memfasilitasi para pedagang yang jumlahnya juga semakin banyak dari hari ke hari. Bahkan sampai saat inipun luas area pasar Campurdarat telah mencapai 3686 m², dengan luas bangunan mencapai 1989 m².

# 2. Karakteristik Pasar Campurdarat Tulungagung

Pasar Campurdarat Tulungagung merupakan salah satu pasar terbesar yang ada di Kecamatan Campurdarat. Jika dilihat dari jenis-jenis barang yang diperjual belikan di pasar tersebut, pasar Campurdarat adalah termasuk jenis pasar barang konsumsi. Hal ini dikarenakan dalam pasar tersebut menjual barang-barang konsumsi atau barang yang berkaitan langsung dengan kebutuhan konsumen. Sehingga kebanyakan pembeli

<sup>115</sup> Wawancara dengan Bapak Tony Ratnatriwanto, Kepala Subag TU Pasar Campurdarat Tulungagung, tanggal 14 Februari 2020.

dalam pasar tersebut adalah konsumen akhir atau pemakai, dan barangbarang yang dibeli tersebut bukan untuk di proses lagi, melainkan untuk dikonsumsi atau digunakan sendiri.

Jika dilihat dari sifat dan waktu terjadinya, pasar Campurdarat Tulungagung masuk ke dalam kategori pasar harian. Pasar harian merupakan suatu pasar yang dilaksanakan setiap hari. Pasar Campurdarat sendiri buka setiap hari mulai dari sekitar jam 2 dini hari sampai sekitar jam 2 siang. Namun yang lebih menariknya, meskipun pasar Campurdarat selalu buka setiap hari dan selalu ramai pengunjung setiap harinya, namun pada hari Kliwon pasar Campurdarat akan jauh lebih ramai dari hari-hari biasanya. Dan pada hari Kliwon tersebut jumlah pedagang yang berjualan juga akan lebih banyak dari hari biasanya. Sehingga oleh sebab itulah, masyarakat setempat menyebut hari Kliwon adalah hari pasarannya pasar Campurdarat.

Selanjutnya jika dilihat berdasarkan wujudnya, pasar Campurdarat merupakan jenis pasar konkret atau nyata. Karena dalam pasar Campurdarat penjual dan pembeli dapat bertemu secara langsung dan melakukan transaksi secara langsung pula. Selain itu, barang-barang yang ditawarkan oleh penjual juga sudah tersedia di pasar tersebut. Sehingga oleh karena hal itulah, pasar Campurdarat disebut pasar konkret atau nyata.

Berdasarkan luas jangkauannya, pasar dibedakan menjadi 3 macam yaitu pasar lokal, pasar nasional, dan pasar internasional. Jika dilihat dari

karakteristik tersebut, pasar Campurdarat masuk ke dalam jenis pasar lokal. Hal tersebut dikarenakan pasar Campurdarat sendiri merupakan pasar yang pelaksanaannya dalam bentuk lokal atau hanya dalam daerah Campurdarat. Dan di pasar Campurdarat sendiri, barang-barang yang diperjual belikan mayoritas juga barang atau produk yang dihasilkan oleh masyarakat Campurdarat dan sekitarnya. Selain itu, pembeli yang datang ke pasar tersebut juga mayoritas hanya masyarakat Campurdarat dan sekitarnya.

Dan yang terakhir, jika dilihat berdasarkan cara transaksinya, pasar Campurdarat masuk ke dalam jenis pasar tradisional. Hal tersebut dikarenakan dalam pasar Campurdarat sendiri penjual dan pembeli dapat bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi, dan dalam transaksi tersebut terjadi proses tawar menawar. Selain itu bangunan yang terdapat dalam pasar Campurdarat juga sesuai dengan ciri-ciri bangunan pasar tradisional, yaitu terdiri dari kios-kios, los, dan juga dasaran.

#### 3. Letak geografis Pasar Campurdarat Tulungagung

Pasar Campurdarat Tulungagung terletak di Jalan Kanigoro, Campurjanggrang Campurdarat, Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungangung, tepatnya di titik koordinat -8,1585 *Longitude* dan - 111,87265 *Latitude*. Secara geografis, pasar ini dapat dikatakan berdiri di pusat Kecamatan Campurdarat. Hal ini dikarenakan lokasi dari pasar ini

tepat di depan kantor kecamatan Campurdarat dan berdekatan pula dengan kantor Polsek Campurdarat.

Kecamatan Campurdarat sendiri merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Tulungagung, lebih tepatnya di sebelah selatan dari pusat kota Tulungagung. Kecamatan Campurdarat ini memiliki luas wilayah 39.76 Km², dengan batas wilayah sebagai berikut :

- a. Sebelah utara Kecamatan Boyolangu
- b. Sebelah barat Kecamatan Pakel
- c. Sebelah selatan Kecamatan Besuki
- d. Sebelah timur Kecamatan Tanggunggunung.

Posisi dari pasar Campurdarat sendiri bisa dikatakan sangat strategis. Selain letaknya yang berada di pusat Kecamatan Campurdarat, pasar tersebut juga berada di pinggir jalan raya. Sehingga hal tersebut menjadikan pasar Campurdarat sangat mudah untuk dijangkau oleh kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Bahkan sampai saat inipun masih terdapat angkutan umum yang bisa digunakan untuk menuju pasar Campurdarat, hal ini dikarenakan letak pasar Campurdarat sendiri dilewati oleh jalur angkutan umum tujuan Tulungagung-Popoh dan sebaliknya. Secara peta geografis, letak pasar Campurdarat adalah sebagai berikut :116

<sup>&</sup>lt;sup>116</sup> Wawancara dengan Bapak Tony Ratnatriwanto, Kepala Subag TU Pasar Campurdarat Tulungagung, tanggal 14 Februari 2020.

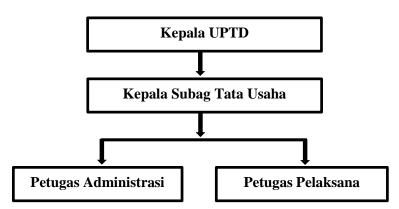
Gambar 4.1 Letak Pasar Campurdarat Tulungagung



# 4. Struktur Organisasi Pasar Campurdarat Tulungagung

Struktur organisasi Pasar Campurdarat Tulungagung sendiri tidak jauh berbeda dengan struktur organisasi pasar pada umumnya. Struktur kepengurusan pasar Campurdarat ini langsung di bawah naungan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung. Organisasi kepengurusan pasarnya dinamakan Unit Pelakasana Teknis Daerah (UPTD) Pasar Campurdarat Tulungagung. Berikut ini adalah bagan struktur organisasi Pasar Campurdarat Tulungagung:

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Pasar Campurdarat Tulungagung



Dari bagan struktur organisasi di atas, dapat kita ketahui bahwa organisasi pasar dipimpin oleh Kepala Pelaksana Teknis Daerah (UPTD). Selanjutnya Kepala UPTD sendiri membawahi Kepala Subag Tata Usaha yang kemudian juga membawahi Petugas Administrasi dan Petugas Pelaksana. Petugas administrasi sendiri terdiri dari staff administrasi dan Bendahara Penerimaan (BP). Sedangkan petugas pelaksana terdiri dari pengurus barang, petugas pemungut retribusi, petugas keamanan, dan petugas kebersihan. Adapun nama-nama pengurus yang terdapat di Pasar Campurdarat adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Nama dan Jabatan Pengurus Pasar Campurdarat Tulungagung

NO	NAMA	JABATAN
1	Zaenu Mansur, S.Sos	Kepala UPTD
2	Tony Ratnatriwanto, SE	Kepala Subag Tata Usaha (TU)
3	Yunaini, SE	Bendahara Penerimaan (BP)
4	Musriyani	Pengurus Barang
5	Heni Hendrawati, SE	Petugas Administrasi
6	Suparlan	Pemungut Retribusi
7	Midianto	Pemungut Retribusi
8	Slamet Riyanto	Pemungut Retribusi
9	Muhammad Safi'i	Petugas Kebersihan
10	Susilo	Petugas Kebersihan
11	Dinda Prasetya	Staff Pembantu Administrasi
12	Zulham Yahya	Petugas Keamanan
13	Siska Dwi Rahayu	Staff Pembantu Administrasi
14	Gandes Riana Sari	Staff Pembantu Administrasi
15	Ahmad Khanafi	Petugas Keamanan
16	Winda Hardiyanti	Staff Pembantu Administrasi
17	Imas Khusnul Fitriani	Staff Pembantu Administrasi
18	Kiky Arya Mellanika	Staff Pembantu Administrasi

Dari tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa keseluruhan jumlah pengurus yang ada di pasar Campurdarat Tulungagung adalah sebanyak 18 orang, yang mana setiap individu memiliki tugas dan perannya masingmasing. Dari keseluruhan jumlah tersebut terdiri dari satu orang Kepala

UPTD, satu orang Kepala Subag Tata Usaha (TU), satu orang Bendahara Penerimaan (BP), satu orang pengurus barang, satu orang petugas administrasi, 3 orang pemungut retribusi, 2 orang petugas kebersihan, 2 orang petugas keamanan, dan 6 orang staff pembantu administrasi. 117

#### 5. *Job Description* atau Tugas Masing-masing Pengurus

Setiap pengurus yang terdapat dalam sebuah organisasi tentunya memiliki tugas dan perannya masing-masing, begitu juga yang ada dalam struktur kepengurusan pasar Campurdarat Tulungagung. Adapun tugas dari setiap pengurus yang ada dalam organisasi pengelolaan pasar Campurdarat Tulungagung adalah sebagai berikut:

## a. Kepala UPTD

Adapun tugas dari kepala UPTD adalah sebagai berikut :

- 1) Bertanggungjawab pada seluruh kegiatan operasional pasar.
- Memimpin serta memberikan arahan terkait dengan kebijakankebijakan pasar.

#### b. Kepala Subag Tata Usaha

Adapun tugas dari Kepala Subag Tata Usaha adalah sebagai berikut :

- 1) Pengelolaan urusan tata usaha.
- Merumuskan kebijakan teknis di lapangan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada di lapangan.

<sup>117</sup> Wawancara dengan Bapak Tony Ratnatriwanto, Kepala Subag TU Pasar Campurdarat Tulungagung, tanggal 14 Februari 2020.

Pembinaan terhadap semua staff administrasi dan pelaksana lapangan.

# c. Petugas Administrasi

Adapun tugas dari petugas administrasi adalah sebagai berikut :

- Menerima, mencatat, menyediakan, mendistribusikan dan menyimpan arsip surat-surat.
- 2) Menata usahakan penerimaan dan mengeluarkan Benda Berharga(BB) serta menyimpan dokumen retribusi.
- 3) Menata usahakan penerimaan dan penyetoran hasil pemungutan retribusi.
- 4) Melaksanakan tata usaha perlengkapan.

# d. Pemungut Retribusi

Adapun tugas dari petugas pemungut retribusi adalah sebagai berikut :

- Melaksanakan pendataan pedagang serta memungut retribusinya dan menyetorkan ke bendahara penerimaan.
- Melaksanakan intensifikasi pungutan dengan memperhatikan
   Perda, utamanya retribusi pasar.

#### e. Petugas Keamanan

Adapun tugas dari petugas keamanan adalah sebagai berikut :

- Melakukan pembinaan terhadap pedagang pasar untuk melaksanakan sistem keamanan swakarsa.
- Mengadakan pertemuan dengan pedagang pasar untuk musyawarah dalam rangka memecahkan hal-hal yang berkaitan dengan

keamanan pasar dan sekaligus dapat menampung aspirasi pedagang pasar.

# f. Petugas Kebersihan

Adapun tugas dari petugas kebersihan adalah sebagai berikut :

- Memberikan dorongan kepada aparat pembersih agar melaksanakan tugas kebersihan dengan sebaik-baiknya.
- Melaksanakan kerja bakti dengan semua pedagang pasar untuk melakukan pembersihan area pasar.

### g. Staff Pembantu Administrasi

Adapun tugas dari staff pembantu administrasi adalah membantu segala tugas yang berkaitan dengan administrasi.<sup>118</sup>

### 6. Sarana dan Prasarana Pasar Campurdarat Tulungagung

a. Jumlah Bangunan di pasar Campurdarat Tulungagung

1) Toko atau Kios : 44 buah

2) LOS : 221 buah

3) Dasaran terbuka / Darurat : 112 buah

#### b. Jumlah Pedagang

Jumlah pedagang yang terdapat di Pasar Campurdarat Tulungagung berjumlah 377 orang pedagang.

#### c. Fasilitas Umum

1) Tempat Parkir : 3 tempat

<sup>118</sup> Wawancara dengan Bapak Tony Ratnatriwanto, Kepala Subag TU Pasar Campurdarat Tulungagung, tanggal 14 Februari 2020.

2) Mushola : Ada

3) TPS : Ada

4) MCK

a) Jumlah MCK : 2 buah

b) Sumber air : Sumur

c) Pengelola : Petugas Kebersihan

5) Listrik : Ada

6) Sarana air bersih : Ada

7) Pos keamanan : Tidak ada<sup>119</sup>

# 7. Jenis-jenis Pedagang di Pasar Campurdarat Tulungagung

# a. Pedagang Toko atau Kios

Pedagang toko atau ruko merupakan pedagang yang menempati bangunan yang bersifat permanen. Pedagang toko atau ruko di pasar Campurdarat sendiri berjumlah 44 pedagang. Dari keseluruhan jumlah tersebut terdiri dari beberapa macam pedagang, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.2 Jenis dan Jumlah Pedagang Toko atau Kios

No	Jenis Pedagang	Jumlah
1	Pedagang Emas	9
2	Pedagang Kain	9
3	Pedagang Palen	12
4	Pedagang Obat atau Jamu	2
5	Toko Selip	2
6	Pedagang Buah	3
7	Pedagang Alat-alat Rumah Tangga	7
	JUMLAH	44

<sup>119</sup> Wawancara dengan Bapak Tony Ratnatriwanto, Kepala Subag TU Pasar Campurdarat Tulungagung, tanggal 14 Februari 2020.

# b. Pedagang LOS

Pedagang LOS merupakan pedagang yang menempati bangunan yang didirikan oleh Pemerintah Daerah, dengan ukuran yang tidak terlalu luas dan biasanya bangunan LOS ini pintunya atau batas LOS satu dengan LOS yang lainnya dibuat sendiri dari kayu. Jumlah LOS yang terdapat di Pasar Campurdarat sendiri adalah sebanyak 221 LOS. Dari keseluruhan jumlah tersebut, ditempati oleh beberapa jenis pedagang, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.3 Jenis dan Jumlah Pedagang LOS

No	Jenis Pedagang	Jumlah
1	Pedagang Kain atau Jahit	101
2	Pedagang Palen	24
3	Pedagang Pracang	13
4	Pedagang Buah	18
5	Pedagang Sayur	31
6	Pedagang Alat Rumah Tangga	14
7	Pedagang Sepatu dan Sandal	20
	JUMLAH	221

## c. Pedagang Dasaran atau Darurat

Pedagang dasaran atau darurat merupakan pedagang yang berada di emperan-emperan dalam pasar, atau bisa juga pedagang yang menempati bangunan pasar yang didirikan oleh Pemerintah Daerah, yang mana tidak ada pintu yang membatasi antara dasaran satu dengan dasaran lainnya. Di pasar Campurdarat sendiri terdapat 112 dasaran yang ditempati oleh beberapa jenis pedagang. Adapun jenis pedagang yang menempati dasaran tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Jenis dan Jumlah Pedagang Dasaran atau Darurat

No	Jenis Pedagang	Jumlah
1	Pedagang Bunga	25
2	Pedagang Warung atau Jajan	47
3	Pedagang Ikan dan Daging	40
	JUMLAH	112

Dari jumlah keseluruhan pedagang yang terdapat dalam pasar Campurdarat Tulungagung tersebut, tersebar di setiap penjuru pasar, baik pedagang yang menempati toko atau kios, pedagang LOS, maupun pedagang dasaran atau darurat. Adapun denah penyebaran pedagang pasar Campurdarat Tulungagung adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3 Denah Penyebaran Pedagang Pasar Campurdarat Tulungagung



Sumber: Dokumentasi Pasar Campurdarat Tulungagung

#### B. Daftar Narasumber atau Informan

Narasumber atau yang biasa dikenal dengan informan penelitian merupakan orang yang mempunyai informasi mengenai objek penelitian. Dalam hal ini peneliti menggolongkan narasumber ke dalam 3 kategori, yaitu berdasarkan usia narasumber, berdasarkan status keberadaan narasumber di pasar Campurdarat, dan narasumber berdasarkan jenis kelaminnya.

#### 1. Daftar Narasumber berdasarkan Usia

Tabel 4.5 Daftar Narasumber berdasarkan Usia

No	Kelompok Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1	20-29 Tahun	3	25
2	30-39 Tahun	2	16,7
3	40-49 Tahun	4	33,3
4	50-59 Tahun	3	25
	JUMLAH	12	100

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan narasumber adalah sebanyak 12 orang. Dari jumlah jumlah keseluruhan narasumber tersebut, yang terbanyak adalah narasumber usia 40-49 tahun, yaitu dengan presentase sebesar 33,3% dan berjumlah 4 orang. Sedangkan jumlah narasumber yang paling sedikit adalah narasumber usia 30-39 tahun, yaitu dengan presentase sebanyak 16,7% dan berjumlah 2 orang. Narasumber usia 20-29 tahun memiliki presentase sebesar 25% dengan jumlah sebesar 3 orang. Dan narasumber usia 50-59 tahun juga memiliki presentase sebesar 25% dengan jumlah 3 orang.

 Daftar Narasumber berdasarkan Status Keberadaannya di Pasar Campurdarat

Tabel 4.6 Daftar Narasumber berdasarkan Status Keberadaannya di Pasar Campurdarat

No	Status Keberadaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pengelola Pasar	1	8,3
2	Pembeli	4	33,3
3	Pedagang Buah	2	16,7
4	Pedagang Pracang	2	16,7
5	Pedagang Ikan	2	16,7
6	Pedagang Sayur	1	8,3
	JUMLAH	12	100

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan narasumber adalah sebanyak 12 orang. Dari jumlah jumlah keseluruhan narasumber tersebut, yang terbanyak adalah narasumber dengan status keberadaannya di pasar Campurdarat adalah sebagai pembeli, yaitu dengan jumlah presentase sebesar 33,3% dan berjumlah 4 orang. Selanjutnya narasumber dengan status keberadaannya di pasar Campurdarat sebagai pedagang buah, pedagang pracang, serta pedagang ikan memiliki presentase yang sama yaitu sebesar 16,7% dengan jumlah 2 orang. Sedangkan narasumber dengan status keberadaannya di pasar Campurdarat sebagai pengelola pasar, dan pedagang sayur memiliki presentase yang paling kecil yaitu sebesar 8,3% dengan jumlah 1 orang.

#### 3. Daftar Narasumber berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.7 Daftar Narasumber berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Laki-laki	2	16,7
2	Perempuan	10	83,3
	JUMLAH	12	100

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa presentase terbesar adalah narasumber dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebesar 83,3% dan berjumlah 10 orang. Sedangkan narasumber dengan jenis kelamin laki-laki memiliki presentase sebesar 16,7% dengan jumlah sebanyak 2 orang. Sehingga dari data tersebut dapat diketahui bahwa jumlah keseluruhan narasumber adalah sebanyak 12 orang.

# 4. Daftar Nama Narasumber

Tabel 4.8 Daftar Nama Narasumber

No	Nama	Status Keberadaan di Pasar Campurdarat	Usia (Tahun)	Jenis Kelamin
1	Tony Ratnatriwanto,	Pengelola Pasar	43	Laki-laki
	SE			
2	Harini Setyaningrum	Pembeli	24	Perempuan
3	Astiani	Pembeli	41	Perempuan
4	Ririn Wahyuni	Pembeli	29	Perempuan
5	Sugito	Pembeli	37	Laki-laki
6	Suparti	Pedagang Buah	45	Perempuan
7	Herlin Widayati	Pedagang Pracang	27	Perempuan
8	Tukimah	Pedagang Ikan	57	Perempuan
9	Sunarti	Pedagang Sayur	35	Perempuan
10	Supatmi	Pedagang Buah	53	Perempuan
11	Sri Wiyani	Pedagang Ikan	51	Perempuan
12	Siti Fatimah	Pedagang Pracang	47	Perempuan

# C. Strategi Pemasaran Pedagang di Pasar Tradisional Campurdarat Tulungagung

Secara definisi yang dikatakan strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. 120 Dari definisi tersebut dapat kita ketahui betapa pentingnya merencanakan dan menerapkan strategi pemasaran untuk mencapai keberhasilan suatu pemasaran, yang mana dalam hal ini terkait dengan tujuan keuntungan finansial. Strategi pemasaran tidak hanya diterapkan oleh perusahaan-perusahaan besar atau pemasar besar, bahkan seorang pedagang kecilpun harus tetap menentukan dan menerapkan strategi pemasaran yang bagus agar barang atau produk yang mereka tawarkan tetap diminati oleh konsumen. Dan tentunya hal tersebut juga terjadi pada para pedagang yang ada di Pasar Campurdarat Tulungagung. Mereka dituntut untuk selalu menerapkan strategi pemasaran yang bagus agar dagangan mereka tetap diminati konsumen, mengingat bahwa dalam pasar Campurdarat sendiri banyak sekali pedagang yang menjual produk yang sama antara pedagang satu dengan pedagang lainnya. Selain itu, mereka juga dituntut untuk mampu bersaing dengan dunia bisnis yang semakin luas dan canggih, mengingat saat ini sendiri dunia bisinis online mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sehingga hal tersebut membuat para pedagang harus tetap mampu mempertahankan eksistensi pasar tradisional di mata masyarakat.

<sup>120</sup> Sofjan Assauri, Manajemen Pemasaran,... hal. 168.

Jika berbicara mengenai strategi pemasaran, tentunya tidak akan terlepas dengan strategi *marketing mix* atau strategi bauran pemasaran. Strategi *marketing mix* atau strategi bauran pemasaran sendiri terdiri dari strategi produk, harga, tempat atau saluran distribusi, dan promosi. Adapun strategi *marketing mix* atau strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh pedagang di pasar tradisional Campurdarat Tulungagung adalah sebagai berikut :

#### 1. Produk

Pada dasarnya produk menjadi objek yang sangat vital atau sangat penting dalam dunia perdagangan. Hal tersebut dikarenakan produk menjadi penentu tingkat keberhasilan dan keuntungan dari suatu aktivitas pemasaran. Sehingga dari sinilah, dapat diketahui betapa pentingnya menentukan strategi produk yang baik agar dapat mencapai keuntungan yang diharapkan. Dan tentunya hal tersebut juga menjadi pertimbangan bagi para pedagang di pasar Campurdarat Tulungagung.

Dari hasil wawancara terkait dengan kualitas produk yang peneliti lakukan dengan Ibu Supatmi, salah satu pedagang buah yang ada di pasar Campurdarat Tulungagung, beliau mengatakan bahwa :

"Saya memilih buah yang berkualitas bagus dan masih segar untuk saya jual. Soalnya disini saingannya banyak, penjual buah banyak, jadi harus pandai-pandai memilih produk. Kalau tidak seperti itu, akan kalah saing dengan pedagang yang lain, dan tentunya dagangannya bisa tidak laku kalau buahnya sendiri tidak berkualitas." <sup>121</sup>

Dari pemaparan Ibu Supatmi tersebut, jelas terlihat bahwa pedagang di pasar Campurdarat senantiasa mengutamakan kualitas produk. Hal

<sup>&</sup>lt;sup>121</sup> Wawancara dengan Ibu Supatmi (pedagang buah), tanggal 17 Februari 2020.

tersebut semata-mata dilakukan agar dagangan mereka tidak kalah saing dengan pedagang lainnya, dan dagangan mereka tetap diminati oleh konsumen.

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Suparti yang sama-sama menjadi pedagang buah di pasar Campurdarat. Bu Suparti mengatakan bahwa:

"Saya menjual buah yang kualitasnya masih baik, yang masih segar. Selain itu buah yang busuk juga saya buang. Buah yang kualitasnya sudah mulai berkurang seperti sedikit kurang segar juga saya pisahkan. Saya jual dengan harga yang lebih rendah. Selain itu saya juga tidak menyetok buah terlalu banyak, takutnya busuk kalau lama tidak terjual" 122

Tidak hanya sampai disitu, selanjutnya saya juga menggali informasi terkait dengan strategi produk dari beberapa pedagang lain yang ada di pasar Campurdarat Tulungagung. Dari hasil wawancara saya dengan Ibu Sunarti yang merupakan salah satu pedagang sayur yang ada di pasar Campurdarat, beliau mengatakan bahwa:

"Untuk produk sendiri saya selalu mengutamakan yang kualitasnya baik, yaitu sayur yang masih segar dan bersih. Karena jika tidak seperti itu nantinya akan kalah saing dengan pedagang sayur lainnya." <sup>123</sup>

Kemudian ketika saya mengajukan pertanyaan kepada Ibu Sunarti terkait apabila ada produk yang kualitasnya kurang baik, dan pembeli meminta tukar dengan produk yang baru, apakah beliau bersedia menukarnya, dan beliaupun menjawab :

"Untuk hal tersebut saya bersedia. Karena kasihan jika pembeli harus menerima sayur yang sudah tidak segar atau sudah rusak. Bagi saya,

-

<sup>&</sup>lt;sup>122</sup> Wawancara dengan Ibu Suparti (pedagang buah), tanggal 16 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>123</sup> Wawancara dengan Ibu Sunarti (pedagang sayur), tanggal 17 Februari 2020.

kepuasan pembeli itu hal yang sangat penting. Karena hal tersebut mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli ulang dagangan saya atau tidak."<sup>124</sup>

Dari hasil wawancara saya dengan beberapa pedagang tersebut, kemudian sayapun tertarik untuk melakukan *cross chek* jawaban mereka dengan pembeli yang ada di pasar Campurdarat. Dan ketika saya mengajukan pertanyaan terkait kualitas produk yang dijual oleh para pedagang di pasar Campurdarat, Ibu Harini Setyaningrum yang merupakan salah satu pembeli yang cukup lama dan sering berbelanja di pasar Campurdaratpun mengatakan :

"Selama saya berbelanja di sini, rata-rata kualitas produk yang dijual pedagang selalu baik. Saya hampir tidak pernah mendapat produk yang kualitasnya buruk. Kalaupun pernah itu hanya sekali dua kali yang kualitasnya kurang baik, tapi memang masih layak untuk digunakan. Kalau untuk produk yang semacam sayur dan lauk itu biasanya juga selalu bersih. Saya juga pernah membeli buah yang agak kurang segar, dan itupun pedagangnya juga menjualnya dengan harga yang lebih murah dari biasanya." <sup>125</sup>

Dan ketika saya bertanya kepada Ibu Harini Setyaningrum terkait dengan kejujuran pedagang yang ada di pasar Campurdarat Tulungagung dalam hal memberikan informasi mengenai produk yang mereka jual, Ibu Harini Setyaningrum menjelaskan bahwa:

"Kalau menurut saya rata-rata pedagang yang ada disini jujur. Mereka memberikan informasi produk yang mereka jual dengan apa adanya. Tetapi meskipun begitu, tetap ada satu dua orang pedagang yang terkadang kurang jujur ketika memberikan informasi terkait produk yang mereka jual. Kadang ada pedagang yang menutupnutupi kecacatan produk yang mereka jual. Tapi itu jarang sekali. Mayoritas pedagang di sini jujur."

<sup>&</sup>lt;sup>124</sup> Wawancara dengan Ibu Sunarti (pedagang sayur), tanggal 17 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>125</sup> Wawancara dengan Ibu Harini Setyaningrum (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>126</sup> Wawancara dengan Ibu Harini Setyaningrum (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

Selain itu, saya juga mengajukan pertanyaan kepada Ibu Harini Setyaningrum terkait kesediaan pedagang untuk mengganti barang yang kualitasnya kurang baik, dan beliaupun menjelaskan:

"Kalau untuk mengganti barang biasanya jarang ada yang mau. Apalagi kalau barangnya sudah dibawa pulang. Tapi biasanya kalau sebelumnya sudah ada perjanjian antara pedagang dan pembeli itu biasanya masih bersedia mengganti." 127

Dari hasil wawancara saya dengan beberapa pedagang dan pembeli tersebut saya mendapat gambaran terkait dengan penerapan strategi produk yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat Tulungagung. Rata-rata strategi produk yang mereka lakukan adalah sama, yaitu mengutamakan kualitas produk yang baik dan pemilihan produk yang memang dibutuhkan dan sekiranya diminati oleh konsumen. Selain itu, dari penuturan beberapa pedagang dan pembeli tersebut, dapat saya ketahui bahwa para pedagang di pasar Campurdarat cukup jujur dan bertanggung jawab dengan produk yang mereka jual. Rata-rata dari mereka selalu memberikan informasi yang jelas dan jujur kepada pembeli terkait dengan produk yang mereka jual. Dan bahkan mereka juga memisahkan produk-produk yang kualitasnya baik dan produk yang kualitasnya kurang baik. Dan yang terpenting para pedagang juga menjaga kebersihan produk-produk yang mereka jual.

#### 2. Harga

Jika berbicara mengenai harga produk yang dijual di pasar tradisional, tentunya bukan menjadi hal yang asing lagi bahwa harga

<sup>&</sup>lt;sup>127</sup> Wawancara dengan Ibu Harini Setyaningrum (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

produk yang dijual di pasar tradisional cenderung lebih murah jika dibanding dengan harga-harga produk yang dijual di pasar modern seperti supermarket. Umumnya, harga produk yang ditawarkan oleh pedagang di pasar tradisional sangatlah terjangkau sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen atau pembeli. Bahkan terkadang harga yang ditawarkan oleh pedagangpun masih dapat ditawar lagi oleh pembeli sampai mencapai kesepakatan antara keduanya. Rata-rata penetapan harga yang dilakukan oleh para pedagang di pasar tradisional sebenarnya cenderung tergantung dengan keadaan atau kondisi harga pasar yang terjadi pada saat itu. Bahkan kebanyakan dari pedagang pasar tradisional juga tidak mengambil keuntungan yang besar dari produk yang mereka jual. Dan nampaknya hal tersebut juga terjadi pada para pedagang yang ada di pasar tradisional Campurdarat Tulungagung.

Dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan Ibu Siti Fatimah yang merupakan salah satu pedagang pracang di pasar Campurdarat Tulungagung terkait dengan dasar penetapan harga barang yang beliau jual, beliau mengatakan bahwa:

"Kalau untuk dasar patokan harga sebenarnya saya tergantung dengan harga yang ada di pasaran. Sebenarnya kalau untuk dari pengelola pasar sendiri tidak memberikan patokan harga. Saya sesuaikan saja dengan kondisi pasar, kemudian saya hanya mengambil keuntungan sedikit, yang penting saya tidak rugi." 128

Selanjutnya ketika saya menanyakan terkait ada tidaknya diskon untuk harga barang yang Ibu Fatimah jual, beliau memaparkan :

<sup>&</sup>lt;sup>128</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah (pedagang pracang), tanggal 17 Februari 2020.

"Kalau untuk diskon biasanya saya kasih sedikit untuk pembeli yang membeli barang saya dengan jumlah yang banyak. Tetapi kalau hanya membeli untuk jumlah yang sedikit tidak saya beri diskon, karena saya mengambil keuntungannya juga sudah kecil. Dan kalau untuk dagangan saya, biasanya saya tetapkan dengan harga pas, tidak bisa ditawar. Karena yang saya jual adalah barang-barang yang memang dijual dengan harga pas. Jadi akan susah dan ribet kalau harus ada tawar menawar dahulu." 129

Selain melakukan wawancara dengan Ibu Siti Fatimah terkait dengan strategi harga, saya juga melakukan wawancara dengan Ibu Supatmi yang merupakan salah satu pedagang buah di pasar Campurdarat Tulungagung. Dan terkait dengan penetapan harga, beliau mengatakan bahwa :

"Kalau untuk harga, saya sesuaikan saja dengan harga pasaran. Biasanya kalau harga pasaran itu ditentukan dari harga beli produknya ditambah sedikit dengan jumlah keuntungan yang diambil pedagang. Biasanya keuntungannya juga relative kecil, hanya sekitar 20% dari harga barang tersebut. Dan itupun biasanya masih bisa ditawar lagi oleh pembeli." <sup>130</sup>

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Ibu Supatmi tersebut, dapat saya ketahui bahwa untuk penetapan harga barang di pasar Campurdarat rata-rata disesuaikan dengan harga yang ada di pasaran. Dan hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Sriwiyani yang merupakan salah satu pedagang ikan yang ada di pasar tersebut. Menurut hasil wawancara yang saya lakukan dengan beliau, beliau mengatakan bahwa:

"Harga yang saya tawarkan ke pembeli biasanya sesuai dengan harga pasaran. Biasanya ada kesepakatan antara sesama pedagang di pasar ini untuk menetapkan harga, misalkan saya dengan sesama pedagang-pedagang ikan disini. Jadi antara pedagang satu dengan pedagang lainnya itu harganya tidak berbeda jauh. Kalau untuk keuntungan, saya tidak mengambil terlalu besar, yang penting saya tidak rugi. Karena kalau saya mengambil keuntungan yang besar itu

<sup>&</sup>lt;sup>129</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah (pedagang pracang), tanggal 17 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>130</sup> Wawancara dengan Ibu Supatmi (pedagang buah), tanggal 17 Februari 2020.

biasanya juga mempengaruhi minat beli konsumen, dan bisa saja saya kalah saing dengan pedagang lain. Dan harga yang saya tetapkan biasanya masih sering ditawar lagi oleh pembeli, sampai ada kesepakatan. Dan yang jelas untuk harga di pasar ini sebenarnya sangat terjangkau sesuai dengan kemampuan pembeli."<sup>131</sup>

Selanjutnya saya juga melakukan wawancara dengan pembeli yang ada di pasar Campurdarat Tulungagung terkait dengan strategi harga yang diterapkan oleh para pedagang di sana. Dari pemaparan Bapak Sugito yang merupakan salah satu pembeli yang saya temui di sana, beliau mengatakan bahwa :

"Kalau untuk harga-harga barang di pasar ini menurut saya cukup murah, sangat terjangkau sekali. Apalagi harga-harga yang ditawarkan pedagang juga masih bisa ditawar. Dan rata-rata harga antara satu pedagang dengan pedagang lainnya yang menjual barang yang sama juga tidak berbeda jauh." 132

Dari beberapa penjelasan yang disampaikan oleh beberapa pedagang dan pembeli yang ada di pasar Campurdarat tersebut, menunjukkan bahwa harga barang-barang atau produk yang dijual di pasar Campurdarat sangatlah terjangkau. Rata-rata strategi penetapan harga yang ditentukan oleh pedagang satu dengan pedagang lainnyapun tidak jauh berbeda, yaitu sesuai dengan harga pasaran atau sesuai dengan keadaan dan kondisi harga pasar pada saat itu. Bahkan rata-rata pedagang yang ada di sana tidak mengambil keuntungan yang besar, hanya sekitar 20% dari harga barang atau produk tersebut. Dan terkadang harga yang ditawarkan oleh pedagangpun masih dapat ditawar oleh pembeli sampai mencapai kesepakatan antara keduanya. Dari hasil wawancara saya dengan beberapa

-

<sup>&</sup>lt;sup>131</sup> Wawancara dengan Ibu Sriwiyani (pedagang ikan), tanggal 17 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>132</sup> Wawancara dengan Bapak Sugito (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

pedagang dan pembeli disana dapat saya ketahui juga bahwa pedagang biasanya memberikan potongan harga atau diskon untuk pembeli yang membeli dagangan mereka dengan jumlah yang besar. Hal tersebut semata-mata untuk menjadikan daya tarik tersendiri agar pembeli melirik dagangan mereka.

#### 3. Tempat atau Saluran Distribusi

Dalam dunia pemasaran, strategi *place* atau tempat lebih cenderung dengan bagaimana menentukan tempat untuk pendistribusian produk yang ditawarkan. Strategi tempat yang dimaksud dalam hal ini bisa meliputi bagaimana pemilihan tempat untuk malakukan pemasaran serta bagaimana penataan tempat agar menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Di pasar Campurdarat sendiri ada beberapa strategi tempat atau saluran distribusi yang dilakukan oleh para pedagang untuk menarik minat para pembeli.

Dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan Ibu Sunarti yang merupakan salah satu pedagang sayur yang ada di pasar Campurdarat, beliau menjelaskan bahwa:

"Kalau untuk tempat tidak ada kriteria pemilihan yang khusus. Karena dari tata letak penempatan pedagang juga sudah ditetapkan dari pengelola. Seperti misal untuk penjual sayur seperti saya ini biasanya ditempatkan di dasaran tengah. Jadi kalau untuk strategi pemilihan tempat menurut saya tidak ada strategi yang khusus. Hanya saja kalau untuk kondisi tempat berjualan itu ada, misal seperti kebersihan tempat dan penataan dagangan di tempat saya. Bagi saya, menjaga kebersihan dan kerapian tempat berjualan itu sangat penting. Karena hal tersebut menjadi salah satu kunci agar pembeli juga tertarik dengan dagangan kita. Kalau tempatnya kotor

dan berantakan biasanya pembeli juga berfikir ulang untuk membeli dagangan kita."<sup>133</sup>

Dari pemaparan yang disampaikan oleh Ibu Sunarti tersebut, untuk strategi tempat lebih cenderung pada bagaimana menjaga kebersihan dan kerapian tempat berjualan. Dan hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Herlin Widayati yang merupakan salah satu pedagang pracang di pasar Campurdarat. Ketika saya mengajukan pertanyaan terkait strategi tempat beliau menjelaskan:

"Kalau untuk strategi tempat itu biasanya terkait bagaimana pedagang menjaga kebersihan dan kerapian tempat berjualan. Karena untuk tempatnya sendiri sudah disediakan oleh pengelola, tinggal kita bayar sewanya saja. Dan seperti yang kita lihat kalau untuk kondisi pasar Campurdarat sendiri saat ini sudah cukup besar, bangunannya juga sudah banyak direnovasi. Area dalam pasar juga sudah di paving, jadi lebih bersih dan tentunya akan lebih nyaman untuk para pedagang dan pembeli. Intinya terkait masalah tempat berjualan kalau saya sendiri lebih mengutamakan kebersihan dan kerapiannya. Apalagi saya adalah pedagang pracang, barang jualan saya banyak dan beragam jenis. Jadi harus pintar-pintar menata barang dagangan juga. 134

Tidak hanya sampai di situ, selanjutnya saya juga mengajukan pertanyaan yang sama kepada Ibu Sri Wiyani yang merupakan salah satu pedagang ikan di pasar Campurdarat. Selama berjualan, Ibu Sri Wiyani sendiri menempati dasaran terbuka atau darurat yang biasanya cenderung terlihat sedikit kurang bersih jika dibandingkan dengan toko atau kios dan juga LOS. Dan dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan beliau, beliaupun mengatakan bahwa:

<sup>134</sup> Wawancara dengan Ibu Herlin Widayati (pedagang pracang), tanggal 24 Februari 2020.

-

<sup>&</sup>lt;sup>133</sup> Wawancara dengan Ibu Sunarti (pedagang sayur), tanggal 24 Februari 2020.

"Kalau untuk tempat berjualan saya tidak ada strategi khusus. Hanya saja yang terpenting selalu menjaga kebersihan tempat berjualan, dan juga kerapian penampilan saya sendiri." <sup>135</sup>

Selanjutnya saya kembali mencari informasi dari beberapa pedagang lain terkait dengan strategi tempat serta alasan memilih pasar Campurdarat untuk berdagang. Dan ketika saya mengajukan pertanyaan tersebut dengan Ibu Siti Fatimah yang merupakan salah satu pedagang pracang di pasar Campurdarat, ternyata beliau juga melontarkan jawaban yang tidak jauh berbeda dengan jawaban beberapa pedagang yang disampaikan sebelumnya. Ibu Siti Fatimah menjelaskan bahwa:

"Kalau untuk strategi tempat, saya cenderung mengutamakan kebersihan tempat berjualan. Kalau untuk tempat berjualan sudah disediakan. Untuk bangunan di pasar ini juga sudah beberapa kali mengalami renovasi, jadi menurut saya juga sudah layak untuk berjualan. Dulu awalnya saya memilih untuk berjualan di pasar Campurdarat ini karena saya rasa pasar Campurdarat lokasinya cukup strategis. Selain tidak jauh dari rumah saya, pasar Campurdarat juga terletak di pinggir jalan raya, dekat dengan kantor Kecamatan juga. Apalagi pasar Campurdarat satu-satunya pasar yang ada di Desa Campurdarat dan merupakan pasar yang termasuk terbesar di daerah Kecamatan Campurdarat, jika dibanding dengan pasar di desa-desa lain. Jadi saya rasa pasar Campurdarat akan terus ramai oleh pengunjung." 136

Mendengar jawaban dari beberapa pedagang tersebut, sayapun mencoba menggali informasi dari pembeli yang ada di pasar Campurdarat untuk meng*cross chek* kembali jawaban dari para pedagang. Menurut Ibu Astiani yang merupakan salah satu pembeli di sana, beliau mengatakan bahwa:

<sup>&</sup>lt;sup>135</sup> Wawancara dengan Ibu Sri Wiyani (pedagang ikan), tanggal 24 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>136</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah (pedagang pracang), tanggal 24 Februari 2020.

"Menurut saya kalau bangunan di pasar Campurdarat sendiri sudah cukup layak untuk berjualan. Tempatnya cukup bersih, area pasar juga sudah di paving, jadi nyaman untuk pembeli juga. Kalau untuk kebersihan pedagang, menurut saya rata-rata pedagang di sini juga selalu menjaga kebersihan tempat mereka. Karena jika tidak bersih pembeli sendiri juga malas untuk membeli dagangannya. Tetapi terkadang juga masih ada pedagang yang kurang rapi dalam menata dagangannya. Namun meskipun demikian, itu sangat jarang sekali."

Dari pemaparan beberapa pedagang dan pembeli yang ada di pasar Campurdarat, saya mendapat gambaran bahwa rata-rata strategi tempat yang dilakukan oleh para pedagang adalah dengan cara menjaga kebersihan dan kerapian tempat berdagang. Selain itu alasan beberapa pedagang memilih pasar Campurdarat sebagai tempat mereka berdagang dikarenakan lokasi pasar Campurdarat yang cukup strategis, area dan bangunan yang cukup luas dan bersih, serta menjadi salah satu pasar terbesar di Kecamatan Campurdarat. Sehingga hal tersebut menyebabkan pasar Campurdarat selalu ramai dengan pengunjung.

#### 4. Promosi

Dalam dunia pemasaran, promosi menjadi salah satu cara yang dapat dilakukan oleh para pemasar untuk mempengaruhi konsumen agar dapat membeli produk yang mereka tawarkan. Ada beragam cara yang dapat dilakukan dalam kegiatan promosi, seperti membuat iklan di media-media sosial, penyebaran brosur, ataupun dengan cara berinteraksi secara langsung dengan calon konsumen. Namun untuk di pasar tradisional sendiri, biasanya kegiatan promosi yang dilakukan oleh para pedagang

<sup>137</sup> Wawancara dengan Ibu Astiani (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

-

lebih sederhana dibandingkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh para pemasar besar atau perusahaan. Hal ini juga yang terjadi di pasar Campurdarat Tulungagung.

Menurut penuturan Ibu Siti Fatimah yang merupakan salah satu pedagang pracang yang terdapat di pasar Campurdarat, beliau menjelaskan bahwa:

"Kalau untuk promosi sederhana saja. Biasanya saya langsung menawarkan ke pembeli dengan cara memanggil pembeli yang lewat depan kios saya. Kalau pembeli mampir ke kios, saya jelaskan kelebihan-kelebihan produk yang saya jual. Jadi kalau untuk brosur dan semacamnya itu tidak ada." 138

Selanjutnya saya juga menanyakan kepada Ibu Siti Fatimah terkait ada tidaknya hadiah yang diberikan untuk konsumen yang membeli produknya dengan jumlah yang banyak, beliaupun menuturkan :

"Kalau untuk hadiah tidak ada, terkadang hanya meminta diskon. Kalau untuk diskon saya kasih sedikit jika membeli barang saya dengan jumlah yang banyak. Karena yang saya jual bahan-bahan makanan dan sembako, jadi tidak ada semacam hadiah. Tetapi kalau untuk penjual emas, baru ada hadiah. Biasanya kalau akhir tahun atau awal tahun pembeli yang membeli dengan jumlah yang banyak diberi hadiah semacam kalender atau jam." <sup>139</sup>

Kemudian sayapun juga menggali informasi terkait kegiatan promosi dari salah seorang pedagang sayur yaitu Ibu Sunarti. Dan terkait hal tersebut, beliau menjelaskan:

"Tidak ada kegiatan promosi yang khusus. Kalau ada pembeli lewat saya panggil, saya tawarkan dagangan saya. Karena ini pasar tradisional, sehingga rata-rata pedagangnya juga minim teknologi. Jadi biasanya dagangan langsung ditawarkan ke pembeli." <sup>140</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>138</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah (pedagang pracang), tanggal 24 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>139</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Fatimah (pedagang pracang), tanggal 24 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>140</sup> Wawancara dengan Ibu Sunarti (penjual sayur), tanggal 24 Februari 2020.

Dan jawaban serupa juga disampaikan oleh Ibu Tukimah yang merupakan salah satu pedagang ikan di pasar Campurdarat. Beliau menjelaskan bahwa :

"Kalau untuk promosi langsung saya tawarkan ke pembeli saja. Saya panggil-panggil pembeli yang lewat depan dasaran saya agar mau mampir. Kalau mampir nanti saya jelaskan kalau ikan saya masih bagus, masih segar, dan murah." <sup>141</sup>

Untuk melengkapi informasi yang lebih akurat terkait dengan kegiatan promosi yang dilakukan oleh para pedagang yang ada di pasar Campurdarat ini, sayapun juga melakukan wawancara dengan salah seorang pembeli yang sudah sering berbelanja di pasar Campurdarat, yaitu Ibu Ririn Wahyuni. Dan terkait hal tersebut beliau memaparkan bahwa:

"Kalau setahu saya tidak ada promosi khusus yang dilakukan oleh para pedagang di pasar ini. Tidak ada brosur ataupun semacamnya. Rata-rata semua pedagang disini malakukan interaksi langsung dengan calon pembeli. Jadi kegiatan promosinya secara langsung, dengan cara dipanggil. Jadi misal saya lewat depan kios mereka, mereka langsung memanggil dan menawarkan dagangan mereka. Baru kalau saya mampir ke kios mereka, secara ramah mereka akan menjelaskan lebih detail terkait dengan barang dagangan yang mereka jual. Jadi dengan begitu pedagang juga akan lebih akrab dengan para pembeli."

Dari pemaparan beberapa pedagang dan pembeli yang ada di pasar Campurdarat tersebut, saya mendapat gambaran bahwa rata-rata strategi promosi yang dilakukan oleh para pedagang adalah dengan cara berinteraksi secara langsung dengan calon pembeli, yaitu dengan memanggil-manggil pembeli yang melewati kios atau dasaran mereka. Setelah pembeli mampir ke kios atau dasaran mereka, barulah mereka

<sup>&</sup>lt;sup>141</sup> Wawancara dengan Ibu Tukimah (penjual ikan), tanggal 24 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>142</sup> Wawancara dengan Ibu Ririn Wahyuni (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

menawarkan dan menjelaskan terkait dengan kelebihan atau kualitas produk yang mereka jual. Selain itu para pedagang yang ada di pasar Campurdarat juga selalu ramah dan sabar dalam melayani pembeli. Mereka selalu menjelaskan dengan ramah kepada calon pembeli terkait dengan produk-produk yang mereka jual.

# D. Analisis dari Teori Pemasaran Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang di Pasar Tradisional Campurdarat Tulungagung

Jika berbicara mengenai teori pemasaran islam, tentunya hal tersebut didasarkan pada bagaimana kaidah-kaidah islam dalam mengatur segala bentuk muamalah, utamanya dalam hal jual beli atau berdagang. Pada hakikatnya, Rasulullahpun telah memberikan contoh terkait bagaimana tata cara serta sikap yang harus dilakukan oleh para pemasar atau pedagang dalam melakukan aktivitas berdagang. Dalam hal ini, Rasulullah telah mengajarkan empat sifat dasar yang harus dimiliki oleh seorang pemasar, yaitu sifat *shidiq* (benar dan jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), serta *tabligh* (komunikatif). Namun yang menjadi permasalahan, dalam praktiknya tidak semua pedagang dapat mengaplikasikan sifat-sifat dan tata cara berdagang sebagaimana yang diajarkan oleh Rasulullah tersebut.

Di pasar Campurdarat sendiri, mayoritas pedagangnya adalah seorang muslim. Sehingga menurut saya, sudah seharusnya para pedagang tersebut dapat mengaplikasikan sifat dan tata cara berdagang seperti yang diajarkan oleh Rasulullah. Karena pada hakikatnya, kegiatan berdagang tidak hanya

untuk mencari keuntungan duniawi saja, melainkan juga harus mengedepankan kemaslahatan di akhirat. Sehingga dalam hal ini, penerapan strategi-strategi pemasaran yang dilakukanpun juga harus didasarkan pada kaidah dan norma islami. Untuk menggali informasi terkait hal tersebut, sayapun melakukan wawancara dengan beberapa pedagang yang ada di pasar Campurdarat.

Dari hasil wawancara yang saya lakukan dengan Ibu Herlin Widayati yang merupakan salah satu pedagang pracang yang ada di pasar Campurdarat, terkait produk-produk yang dijual oleh para pedagang, beliau menjelaskan bahwa:

"Untuk produk yang dijual di pasar Campurdarat adalah produk-produk yang halal, dan tidak ada produk yang dilarang oleh islam seperti daging babi, ataupun minuman keras. Para pedagang hanya menjual produk yang merupakan kebutuhan sehari-hari, seperti bahan makanan pokok. Selain itu, produk yang dijual juga diperoleh dengan cara yang baik, yaitu membeli dari pemasok, atau ada juga yang menjual produk yang dihasilkannya sendiri, seperti misalkan sayuran. Jadi menurut saya, untuk produk tidak ada yang melanggar kaidah dan norma islami."

Selanjutnya, saya juga menggali informasi terkait dengan kejujuran pedagang. Dari hasil wawancara saya dengan Ibu Suparti yang merupakan seorang pedagang buah, apakah beliau selalu memberikan informasi jujur kepada konsumen terkait kondisi buah yang beliau jual, beliau mengatakan:

"Iya, saya selalu jujur dengan konsumen. Saya jelaskan apa adanya kepada konsumen. Jika buahnya masih segar, saya katakan masih segar dan baru belanja. Jika buahnya sudah sedikit kurang segar saya katakan kurang segar, lalu saya jual dengan harga yang lebih murah. Selanjutnya tergantung pembeli mau memilih yang mana, yang segar

.

 $<sup>^{143}</sup>$  Wawancara dengan Ibu Herlin Widayati (pedagang pracang), tanggal 24 Februari 2020.

dengan harga mahal atau yang kurang segar dengan harga yang lebih murah."<sup>144</sup>

Tidak sampai disitu, sayapun juga menggali informasi terkait pengaplikasian sifat berdagang sebagaimana yang dicontohkan Rasulullah. Dari hasil wawacara saya dengan Ibu Ririn Wahyuni (pembeli), terkait dengan amanah tidaknya para pedagang di pasar Campurdarat, beliau menjelaskan bahwa:

"Menurut saya pedagang di pasar Campurdarat mayoritas sudah amanah. Hal ini terlihat dari bagaimana mereka menjual produk-produknya. Para pedagang disini hanya menjual produk yang halal, yang kualitasnya baik, selain itu juga memisahkan produk yang kualitasnya baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik. Tidak hanya itu, para pedagang juga bertanggung jawab dengan semua produk yang mereka jual. Jika ada yang kualitasnya tidak baik, mereka bersedia mengganti. Jadi menurut saya para pedagang disini sudah dapat dipercaya. Tetapi meskipun demikian masih ada satu dua pedagang yang terkadang tidak jujur dengan kondisi produk yang mereka jual." 145

Kemudian sayapun juga mengajukan pertanyaan kepada Ibu Ririn Wahyuni terkait dengan bagaimana sikap para pedagang di pasar Campurdarat dalam melayani pembeli. Dan dari pertanyaan tersebut Ibu Ririn Wahyunipun menjawab :

"Kalau menurut saya rata-rata pedagang disini ramah, dan sabar. Mereka telaten melayani pembeli, dijelaskan dengan ramah dan bahasa yang luwes. Bahkan kalau ada pembeli yang menawar harga juga ditanggapi dengan ramah." <sup>146</sup>

Lalu sayapun juga menanyakan kepada Ibu Ririn Wahyuni terkait bagaimana pendapat beliau mengenai kecerdasan para pedagang di pasar

-

<sup>&</sup>lt;sup>144</sup> Wawancara dengan Ibu Suparti (pedagang buah), tanggal 16 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>145</sup> Wawancara dengan Ibu Ririn Wahyuni (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>146</sup> Wawancara dengan Ibu Ririn Wahyuni (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

Campurdarat dalam menerapkan strategi pemasaran. Dan dari pertanyaan saya tersebut beliau menjelaskan bahwa :

"Menurut saya para pedagang disini cukup cerdas dalam menerapkan strategi pemasaran. Buktinya saja dagangan mereka selalu laris, dan pasar Campurdarat sendiri selalu ramai setiap harinya. Jadi bisa dikatakan strategi pemasaran pedagang di pasar Campurdarat ini cukup berhasil." <sup>147</sup>

Untuk menggali informasi terkait dengan bagaimana penerapan strategi harga yang sesuai dengan kaidah dan norma islam, sayapun melakukan wawancara dengan salah satu pembeli yang ada di sana, yaitu Ibu Astiani. Menurut penuturan beliau :

"Menurut saya, para pedagang di pasar Campurdarat ini telah menerapkan strategi harga sebagaimana mestinya. Harga diantara pedagang satu dengan yang pedagang lain yang sejenis tidak berbeda jauh. Sehingga menurut saya penetapan harga relative wajar dan tidak ada permainan harga yang dapat merugikan pedagang. Dan harga-harga produk disini juga sangat terjangkau." <sup>148</sup>

Dari hasil wawancara saya dengan beberapa pedagang dan pembeli yang ada di pasar Campurdarat, saya mendapat gambaran terkait bagaimana pengaplikasian strategi pemasaran yang sesuai dengan teori pemasaran islam oleh para pedagang yang ada di pasar Campurdarat tersebut. Menurut saya, dalam hal penerapan strategi pemasaran, para pedagang mayoritas sudah menerapkan strategi yang sesuai dengan norma islami. Selain itu mereka juga telah mengaplikasikan sifat berdagang sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rasulullah, yaitu *shidiq* (benar dan jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), serta *tabligh* (komunikatif). Tetapi meskipun demikian,

-

<sup>&</sup>lt;sup>147</sup> Wawancara dengan Ibu Ririn Wahyuni (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

<sup>&</sup>lt;sup>148</sup> Wawancara dengan Ibu Astiani (pembeli), tanggal 24 Februari 2020.

masih tetap ada satu dua pedagang yang tidak mengaplikasikan sifat tersebut. Seperti masih ada pedagang yang terkadang tidak jujur dengan keadaan produk yang mereka jual.

#### E. Analisis Data

# 1. Strategi Pemasaran Pedagang di Pasar Tradisional Campurdarat Tulungagung

Dari hasil observasi dan wawancara yang saya lakukan dengan beberapa pedagang dan pembeli yang ada di pasar Campurdarat Tulungagung, dapat saya ketahui bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh para pedagang yaitu meliputi strategi produk, strategi penetapan harga, strategi tempat atau saluran distribusi, dan strategi promosi. Adapun dalam praktiknya, penerapan strategi-strategi tersebut adalah sebagai berikut:

#### a. Produk

Dalam penerapan strategi produk, mayoritas para pedagang di pasar Campurdarat Tulungagung selalu memilih produk yang berkualitas baik untuk mereka jual. Bahkan mereka juga memisahkan produk yang kualitasnya baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik. Selain itu mereka juga mengutamakan kehalalan serta kebersihan produk. Rata-rata para pedagang yang ada di pasar Campurdarat menjual kebutuhan rumah tangga dan kebutuhan sehari-hari seperti

sembako, ikan, daging, sayur, buah, pakaian, sepatu, dan beberapa keperluan rumah tangga lainnya.

Tidak hanya itu, pedagang di pasar Campurdarat juga mengedepankan sikap kejujuran dan tanggung jawab agar konsumen atau calon pembeli memberikan kepercayaan dan berkenan membeli produk yang mereka jual. Kedua sikap ini mereka wujudkan dengan cara selalu jujur dalam memberikan informasi terkait keadaan dari produk yang mereka jual. Mereka selalu memisahkan produk yang kualitasnya baik dan produk yang kualitasnya kurang baik. Produk dengan kualitas yang sudah menurun biasanya dijual dengan harga yang lebih rendah. Selain itu, para pedagang juga bersedia mengganti produk atau barang yang dibeli oleh pembeli apabila mengalami kerusakan sebelum barang tersebut dibawa pulang. Namun meskipun demikian, masih tetap ada satu dua orang pedagang di pasar Campurdarat yang tidak jujur dalam memberikan informasi terkait produk yang mereka jual. Ada pedagang yang terkadang menyembunyikan kecacatan atau kekurangan dari produk yang mereka jual agar pembeli tidak mengetahuinya.

#### b. Harga

Strategi harga yang diterapkan oleh para pedagang di pasar Campurdarat umumnya sama antara pedagang satu dengan pedagang yang lainnya. Penetapan harga yang mereka lakukan senantiasa mengikuti dengan kondisi pasar atau harga pasar. Dan keuntungan yang mereka ambil juga cenderung kecil, yaitu sekitar 20% dari harga produk itu sendiri. Bahkan keuntungan bisa dibawah nilai tersebut. Hal ini disebabkan adanya tawar-menawar harga antara pedagang dengan pembeli hingga mencapai kesepakatan harga antara keduanya.

Selain itu para pedagang terkadang memberikan potongan harga kepada para pembeli yang membeli produk mereka dengan jumlah yang banyak. Hal tersebut semata-mata untuk menarik minat calon pembeli agar lebih tertarik untuk membeli dagangan mereka. Selain itu harga yang ditawarkan oleh pedagang sangat terjangkau, sehingga tidak akan memberatkan para pembeli.

#### c. Tempat atau Saluran Distribusi

Dalam praktiknya, penerapan strategi tempat atau saluran distribusi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat lebih cenderung mengutamakan kerapian dan kebersihan tempat berjualan mereka. Hal tersebut disebabkan karena penataan lokasi atau tempat berjualan sendiri sudah ditetapkan oleh pengelola pasar. Selain itu kondisi pasar Campurdarat sendiri saat ini sudah cukup memadai dari segi tempat maupun fasilitas. Bahkan pasar tersebut juga sudah mengalami beberapa kali renovasi, mulai dari pembangunan jalan dalam area pasar maupun pembangunan kios, los, dan dasaran tempat berjualan. Sehingga dalam hal ini para pedagang tidak terlalu banyak

menetapkan strategi terkait tempat atau saluran distribusi. Mayoritas dari mereka hanya mengutamakan kerapian dan kebersihan tempat berjualan serta produk yang mereka jual. Namun meskipun demikian tetap ada beberapa pedagang yang tidak menjaga kebersihan tempat dan produk yang mereka jual. Tentunya hal tersebut menjadi masalah tersendiri, karena dapat mengurangi minat konsumen atau pembeli untuk membeli produk yang mereka jual.

#### d. Promosi

Strategi promosi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat cenderung lebih sederhana jika dibanding dengan strategi-strategi promosi yang dilakukan oleh pemasar besar seperti di perusahaan maupun supermarket. Para pedagang di pasar Campurdarat tidak menggunakan media seperti pamflet maupun brosur dalam melakukan kegiatan promosi, melainkan mereka lebih memilih berinteraksi secara langsung dengan calon pembeli. Para pedagang melakukan promosi dengan cara memanggil dan menawarkan produknya kepada para pembeli yang melewati kios, los, ataupun dasaran tempat mereka berjualan. Setelah pembeli mampir ke tempat mereka, barulah mereka akan menjelaskan secara detail terkait dengan produk yang mereka jual. Dan tentunya mereka melakukan hal tersebut dengan sangat ramah untuk menarik perhatian serta menciptakan

suasana yang nyaman untuk para pembeli. Sehingga dengan begitu para pedagang akan lebih akrab dengan pembeli.

Selain itu, strategi promosi yang dilakukan oleh para pedagang di pasar Campurdarat juga meliputi adanya pemberian diskon atau potongan harga untuk para pembeli yang membeli produk mereka dengan jumlah yang banyak. Bahkan ada juga pedagang tertentu yang memberikan hadiah untuk para pembeli, seperti misalkan pedagang emas.

# 2. Analisis dari Teori Pemasaran Islam Terhadap Strategi Pemasaran Pedagang di Pasar Tradisional Campurdarat Tulungagung

Dari hasil wawancara serta observasi yang telah saya lakukan di pasar Campurdarat Tulungagung dapat saya ketahui bahwa jika ditinjau dari teori pemasaran islam, penerapan strategi-strategi pemasaran yang dilakukan oleh para pedagang yang ada di pasar tersebut dalam praktiknya tidak ada yang bertentangan dengan akad serta prinsip-prinsip muamalah islam, baik dalam segi pengadaan produk maupun penawaran produk itu sendiri. Mayoritas pedagang yang ada di pasar Campurdarat juga telah menerapkan strategi-strategi yang memang sesuai dengan ketentuan ekonomi islam. Dan hal tersebut telah dilakukannya dalam proses jual beli sehari-hari. Sikap dan tindakan yang sesuai dengan akad serta prinsip muamalah islam tersebut telah diaplikasikan oleh para pedagang dalam

penerapan strategi produk, strategi harga, strategi tempat atau saluran distribusi, serta penerapan strategi promosi.

Dalam strategi produk sendiri, tindakan yang sesuai dengan teori pemasaran islam dapat dilihat dari proses pengadaan produk atau barang. Produk yang dijual oleh para pedagang yang ada di pasar Campurdarat merupakan produk-produk yang halal dan diperbolehkan dalam islam, yang meliputi barang-barang sembako, lauk pauk, buah dan sayur, pakaian, sepatu, serta barang-barang kebutuhan rumah tangga lainnya. Dalam pasar Campurdarat sendiri tidak ada pedagang yang menjual produk yang dilarang dalam islam seperti misalkan alkohol atau minuman keras, daging babi, daging anjing, serta barang-barang yang diharamkan lainnya. Tetapi meskipun demikian, dalam praktiknya tetap ada satu dua pedagang yang terkadang tidak jujur terkait dengan produk yang mereka jual. Terkadang ada pedagang yang masih menyembunyikan kecacatan atau kekurangan dari produk mereka. Terkadang juga masih ada pedagang yang tidak memisahkan produk yang kualitasnya baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik. Dan tentunya hal ini akan sangat merugikan pembeli.

Sedangakan dalam penerapan strategi harga, para pedagang tidak mengambil keuntungan yang terlalu besar dari produk yang mereka jual, yaitu hanya sekitar 20% dari harga produk itu sendiri. Selain itu para pedagang yang ada di pasar Campurdarat juga tidak melakukan permainan harga yang dapat merusak harga pasar. Tak hanya itu, mayoritas para

pedagang yang ada di pasar tersebut juga tidak keberatan dengan adanya proses tawar-menawar harga dengan calon pembeli sampai terjadi kesepakatan harga antara keduanya. Sehingga nantinya akan tercipta keridhoan serta kelapangan hati baik dari pedagang maupun pembeli. Tentunya hal-hal tersebut juga telah sesuai dengan teori pemasaran yang diajarkan oleh islam.

Selanjutnya dalam penerapan strategi tempat atau saluran distribusi, para pedagang juga telah mempraktikkan strategi yang diajarkan dalam teori pemasaran islam, yaitu dengan cara menjaga kebersihan dan kerapian dari produk yang dijual maupun tempat berjualan, serta kerapian dan kebersihan dari penampilan pedagang sendiri. Hal ini tentunya sesuai dengan salah satu karakteristik pemasaran (marketing) islam yaitu Realistis (Al-Waqi'iyyah). Namun meskipun demikian, masih ada satu dua pedagang yang tidak menjaga kebersihan tempat berjualan serta tidak menjaga kerapian penampilan mereka. Tentunya hal itu tidak sesuai dengan sifat pemasar yang diajarkan oleh Rasulullah. Dan yang jelas hal tersebut akan merugikan mereka sendiri, karena dapat mengurangi minat dari konsumen untuk membeli produk yang mereka jual.

Dan yang terakhir dari segi promosi, para pedagang juga melakukan kegiatan promosi secara wajar yang tentunya tidak bertentangan dengan prinsip muamalah dalam islam. Para pedagang yang ada di sana hanya melakukan promosi secara langsung dengan calon pembeli dengan cara memanggil dan menawarkan produk mereka kepada para pembeli yang

lewat di depan kios mereka. Mereka menawarkan produk mereka dengan ramah serta menjelaskan produk mereka dengan jujur. Mayoritas para pedagang yang ada di pasar Campurdarat juga selalu memisahkan produk yang kualitasnya baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik. Sehingga dengan begitu para pembeli tidak akan dirugikan oleh para pedagang. Hakikatnya, hal-hal yang dilakukan oleh para pedagang tersebut telah mencerminkan sikap dan perilaku *marketer* yang sesuai dengan teori dari pemasaran islam, vaitu bahwa islam selalu dan mengedepankan sikap kejujuran dan tidak merugikan orang lain dalam segala aktivitas kehidupan sehari-hari. Selain itu, para pedagang juga menawarkan adanya diskon atau potongan harga kepada para pembeli yang membeli produk mereka dengan jumlah yang banyak. Dan tentunya hal tersebut telah mencerminkan bahwa para pedagang dalam melakukan transaksi tidak hanya mencari keuntungan finansial semata, melainkan juga mengedepankan nilai-nilai islami yang mana segala aktivitasnya diniatkan untuk ibadah serta mencari keberkahan dunia maupun akhirat.

Selain dalam penerapan strategi-strategi pemasaran tersebut, teori pemasaran islam juga diaplikasikan dalam sikap pedagang ketika melakukan transaksi dengan para pembeli, seperti misalkan para pedagang selalu bertanggung jawab dengan produk yang mereka jual. Mereka tidak keberatan mengganti produk yang rusak dengan produk yang baru. Tentunya hal tersebut telah sejalan dengan perilaku berdagang yang

diajarkan oleh Rasulullah yaitu bertanggungjawab, dapat dipercaya, serta bersikap ramah dan melayani.

Namun meskipun demikian, tetap ada satu dua orang pedagang di pasar Campurdarat yang masih melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan teori pemasaran islam. Seperti misalnya, ada pedagang yang terkadang tidak memisahkan produk yang berkualitas baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik, serta ada juga pedagang yang kurang menjaga kerapian serta kebersihan tempat berjualan mereka. Tentunya hal tersebut sangat tidak dianjurkan dalam teori pemasaran islam. Karena selain tidak sesuai dengan prinsip muamalah islam, hal-hal tersebut juga dapat merugikan para pembeli maupun pedagang sendiri. Dengan tidak memisahkan produk yang berkualitas baik dengan produk yang kualitasnya kurang baik, sudah berarti pedagang melakukan tindakan yang tidak jujur serta melakukan kecurangan.