

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Cita-cita dalam bernegara adalah untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur, untuk mewujudkan cita-cita itu maka perlu melaksanakan pembangunan, melalui pembangunan pemerintah bermaksud meningkatkan kemakmuran masyarakat secara bertahap dan berkesinambungan, yaitu dengan cara meningkatkan konsumsinya. Peningkatan konsumsi sangat tergantung pada peningkatan pendapatan, dan peningkatan pendapatan sangat tergantung pada peningkatan produksi, maka sebagai pelaku ekonomi setiap anggota masyarakat selayaknya turut serta dalam proses pembangunan. Secara teoritis, bila semua ikut menghasilkan, maka semuanya akan ikut menikmati, dengan demikian akan terwujudlah masyarakat yang sejahtera, adil dan makmur yang kita cita-citakan (Gunawan sumodiningrat, 2007).

National Training Laboratories Institute menyatakan, dengan memanfaatkan pengetahuan dan teknik yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku, pengembangan organisasi berupaya untuk mengintegrasikan kebutuhan individual untuk tumbuh dan berkembang bersama dengan tujuan dan sasaran organisasi agar dapat membuat organisasi lebih efektif (Komarudin, 2011).

Berdasarkan pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa organisasi bisa dikatakan sebagai pasar yang sedang ingin berkembang

dengan bantuan pemerintah yaitu melalui kebijakan pengembangan pasar, tetapi tidak hanya sekedar kemajuan yang nampak dari segi fisik yang nyaman saja. Akan tetapi harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai dengan konsistensinya pada segi respon petugas pasar, monitoring serta evaluasi program, dengan demikian dapat tercapai tujuannya dengan efektif dan memuaskan.

Penyelamatan pasar tradisional hendaknya dilakukan oleh pemerintah secara maksimal. Berbagai aspek yang mendorong ambuknya pasar hendaknya diatasi. Pasar tradisional harus dijaga keberadaannya sebab ia merupakan representasi dari ekonomi masyarakat kelas menengah ke bawah. Kebanyakan petani, peternak dan produsen lainnya menjadikan pasar tradisional sebagai tempat strategis untuk menyakurkan hasil produksinya. Proses pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh dua macam faktor, faktor ekonomi dan faktor non-ekonomi. Pertumbuhan ekonomi suatu Negara tergantung pada sumber alamnya, sumber daya manusia, modal usaha, teknologi dan sebagainya (M. L. Jhingan, 2016). Pasar tradisional memiliki peluang sangat besar menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, karena pasar tradisional sudah menjadi bagian yang melekat dari kehidupan bermasyarakat. Khususnya masyarakat yang perekonomiannya rendah, sebagian orang bahkan menggantungkan pekerjaan sehari-hari dari pasar tradisional dengan berjualan ala kadarnya.

Pasar tradisional adalah lokasi atau tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana terjadi tawar-menawar harga atas barang-barang yang dijual

yang biasanya merupakan barang kebutuhan sehari-hari, hasil pertanian, dan hasil laut. Pasar tradisional adalah pasar yang dalam pelaksanaannya masih tradisional yang secara langsung penjual dan pembeli dapat berinteraksi sepenuhnya. Setiap daerah di Indonesia ada pasar tradisional, yang juga umum disebut pasar rakyat (Tambunan, 2020).

Pasar tradisional identik dengan kumuh, bau, kotor dan sebagainya, seharusnya baik itu karena ada pasar modern yang lebih bersih dan rapi ataupun tidak, penataan dan perawatan pasar tradisional seharusnya tetap dilakukan. Beberapa tempat pengembangan pasar sering dianggap memarginalisasi pedagang lama karena pedagang ditarik retribusi yang lebih besar. Akibatnya bukan peningkatan kesejahteraan yang didapat, bahkan beberapa pedagang lama tersingkir karena tidak sanggup membayar retribusi. Dengan demikian kebijakan ini harusnya mendapat perhatian lebih supaya dapat membuahkan hasil yang maksimal. Karena pasar tradisional adalah salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat apabila pengembangannya kurang maksimal maka akan sangat berpengaruh pada kesejahteraan yang berada di lingkungan tersebut, terutama para pelaku ekonomi yang berjualan di pasar tersebut.

Pasar Settoan Desa Moncek Tengah diperbaiki oleh pihak pengelola pasar dengan bantuan masyarakat yang bertujuan membawa dampak kepuasan dan meningkatnya pendapatan bagi para pedagang yang berjualan di Pasar Settoan Moncek Tengah. Dana yang digunakan untuk pelaksanaan pengembangan pasar mengambil dari Dana Desa (DD). Pasar Settoan Moncek

Tengah Lenteng Sumenep terletak pada posisi yang strategis yaitu di pinggir jalan utama penghubung antara Kecamatan Lenteng dan Kecamatan Guluk-guluk dibagian barat laut Kabupaten Sumenep. Akses yang mudah dijangkau menjadikan pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep menjadi sasaran pembeli yang akan berbelanja di pasar tersebut. Posisi yang jauh dengan pusat perkotaan menjadikan pasar Settoan Moncek Tengah Lenteng Sumenep menjadi pilihan pengunjung dari beberapa Desa terutama warga Desa Moncek Tengah, Moncek Timur, Moncek Barat, Banaresep Barat, Bilapora dan warga desa terdekat dari beberapa desa ini.

Pasar settoan Desa Moncek Tengah merupakan pasar yang sudah lama di bangun. Namun, belum dikelola dengan baik oleh pengelola pasar, sehingga penataan tempatnya masih kurang memadai dan tidak tertata dengan rapi. Kegiatan jual beli di pasar settoan hanya berlangsung dalam 3 hari yaitu hari selasa, hari kamis dan hari sabtu. Buka dari pukul 06:00 wib sampai dengan pukul 12:00 wib. Terdapat 10 los yang dibangun dan 120 pedagang di pasar settoan. Komoditas yang dijual oleh pedagang di pasar settoan sebagian besar adalah sayuran, tetapi juga ada ikan, daging, pakaian, perabotan rumah tangga dll.

Adapun kekurangan dari Pasar settoan adalah kurangnya pelayanan dari pengelola pasar seperti halnya memberikan respon lamban dan kurang bisa diandalkan dan juga belum memiliki fasilitas yang memadai, sehingga para pedagang dan pembeli merasa kurang nyaman dengan pelayanan yang ada di

pasar settoan. pengelola pasar settoan hendaknya menyediakan fasilitas yang menjadi kebutuhan pedagang dan pembeli.

Table 1.1
Fasilitas yang dibutuhkan pasar settoan Desa Moncek Tengah

No	Fasilitas
1	Los/ kios
2	Kamar mandi
3	Tepat parkir
4	Tempat sampah khusus
5	Alat kebersihan
6	Tempat pembuangan sampah khusus

Sumber : Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

Fasilitas yang tidak memadai tersebut sudah menjadi keluhan para pedagang dan pembeli dan telah disampaikan kepada pimpinan pasar, namun tidak ada tanggapan dari pengelola pasar.

Berdasarkan observasi awal, Kios dan los yang ada di pasar settoan sebagian bangunan sudah di perbaiki. Namun, masih ada beberapa bangunan yang belum diperbaiki karena terkendala oleh dana. Sehingga sebagian pedagang terpaksa menempati bangunan tersebut untuk berdagang. Pedagang memberikan saran kepada pengelola pasar untuk segera melakukan perbaikan supaya pedagang tidak merasakan kekhawatiran akan terdampak kerobohan bangunan.

Berbicara perihal fasilitas yang kurang memadai pasar settoan juga belum memiliki tempat parkir untuk para pedagang dan pembeli, sehingga kendaraan terpaksa diparkir tidak beraturan didepan pasar. Pasar settoan juga

belum memiliki kamar mandi yang layak untuk digunakan. Sehingga para pedagang dan pembeli merasa kurang nyaman karena hal tersebut. Begitupun dengan alat kebersihan yang sangat minim seperti halnya sapu, tempat sampah, sehingga pasar settoan terlihat kotor dan bau.

Berdasarkan hasil wawancara kepada Ibu Nahirah salah satu pedagang di pasar Settoan Desa Moncek Tengah, melihat kondisi pasar settoan yang kurang terurus, maka hal tersebut sangat memberikan dampak buruk terhadap pendapatan pedagang, dikarenakan pengunjung sudah mulai kurang berminat untuk pergi ke pasar. Pedagang pun merasakan ketidakpuasan terhadap pelayanan pengurus pasar, oleh karena itu, sangat perlu dilakukannya strategi pengembangan yaitu dengan pengembangan fisik dan pengembangan non fisik juga, seperti pengembangan sarana dan prasarana dan pelayanan kepada pedagang maupun pembeli.

Melihat kondisi pasar yang sudah kurang layak dan juga banyaknya keluhan dari pedagang maupun pembeli, maka perlu direncanakan strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi pasar. Nanang Fatah dalam (Ahmad, 2020) berpendapat bahwa strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistemis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam mencapai tujuan.

Strategi pengembangan pasar yang dilakukan oleh pihak pengelola pasar yaitu strategi pengembangan sarana dan prasarana dengan menata ulang pengelompokan jenis barang dagangan, penerapan strategi ini akan membantu pedagang untuk menemukan lapak atau kios yang menurut mereka letaknya

cukup strategis. Kemudian pengelompokan jenis-jenis barang dagangan yang dilakukan akan memudahkan pembeli atau konsumen untuk memperoleh apa yang dibutuhkan. Perbaikan kios/los, kamar mandi. Strategi ini dapat membantu dalam pengembangan pasar settoan. Strategi pengembangan kualitas pelayanan. Pengurus pasar harus memberikan pelayanan terbaik terhadap pedagang seperti halnya memberikan tanggapan cepat, bisa diandalkan, memberikan jaminan keamanan dan juga fasilitas yang memadai. Strategi pengembangan Sumber Daya Manusia dengan mengadakan kegiatan sosialisasi yang berbentuk pemberdayaan kepada pedagang.

Beberapa pedagang di pasar Settoan Moncek Tengah Lenteng Sumenep merasakan adanya perubahan setelah dilakukannya strategi pengembangan di pasar Settoan Moncek Tengah Lenteng Sumenep oleh pengelola pasar sekalipun sampai saat ini pembangunan los masih belum selesai karena terkendala dengan dana. Sebelum dilakukannya strategi pengembangan, hampir semua pedagang bertempat di dalam kios dan los yang kurang memadai dikarenakan semua pedagang membuat kios sendiri-sendiri tanpa ada penataan yang teratur, sehingga para pedagang banyak yang saling berdesakan dan isi kiospun semakin sedikit, begitupun dengan fasilitas lainnya seperti kamar mandi yang belum diperbaiki, namun saat ini pedagang yang bertempat di pasar settoan sudah mulai membaik sejak perbaikan yang dilakukan oleh pihak pengelola pasar, kios-kios sudah tertata rapi dan isi kiospun bisa lebih banyak karena penempatan yang teratur dan tanpa adanya berdesakan sehingga para pedagang bisa bernafas lega dan hanya memikirkan

bagaimana cara untuk memberi pelayanan yang baik sehingga para konsumen puas.

Padagang dan pembeli di pasar settoan sudah dapat memanfaatkan kamar mandi, tempat parkir, sehingga pedagang dan pembeli bisa merasakan hasil dari pengembangan yang dilakukan.

Setelah dilakukannya strategi pengembangan pasar, hal tersebut tidak memberikan pengaruh terhadap pengunjung, bahkan pasar settoan semakin sepi. Fasilitas yang disediakan masih berfungsi dengan baik. Sampah tidak lagi berserakan karena sudah ada tempat pembuangan sampah khusus. Setiap kegiatan jual beli selesai ada petugas kebersihan yang sudah membersihkan pasar.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : "STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR SETTOAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN PENDAPATAN PEDAGANG DI DESA MONCEK TENGAH LENTENG SUMENEP".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, masalah-masalah yang dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut :

Bagaimana strategi pengembangan pasar Settoan dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang di Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian rumusan masalah diatas penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

Untuk mengetahui Strategi Pengembangan Pasar settoan Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun hasil dari penelitian secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada :

a. Bagi Peneliti

- 1) Menambah wawasan mengenai strategi pengembangan pasar settoan dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang pasar settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep.
- 2) Mampu menganalisis strategi pengembangan pasar settoan dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang pasar settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep.

b. Bagi Pemerintah

Bermanfaat bagi masyarakat ataupun bagi institusi yang terkait, khususnya bagi UKM, serta Dinas Pasar Kabupaten Sumenep dalam menetapkan kebijakan terhadap pedagang di Pasar Settoan.

c. Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini untuk memberikan gambaran yang jelas pada penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi beberapa materi dan hal yang dibahas dalam tiap tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penegasan istilah judul, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Pada bab dua ini menjelaskan mengenai landasan teori yang berisi Konsep Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dan Konsep Kepuasan dan Pendapatan Pedagang.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab tiga ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang berisi jenis penelitian, Sumber dan teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, Teknik analisis data, dan pengujian keabsahan data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum dari objek penelitian, baik berupa letak geografis pasar yang menjadi objek penelitian, sejarah pasar, struktur organisasi dan tugas fungsi.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan dan menguraikan tentang deskripsi data hasil penelitian berdasarkan data hasil penelitian yang didapat melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini disampaikan kesimpulan dan saran atas hasil pembahasan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan, selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini, maka dalam landasan teori ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

Pertama, Penelitian terdahulu yang dilakukan Sulis Rochayatun, Puji Handayati, Ratna Dwi Nastiti (2018) dengan judul “Strategi Pengembangan Pasar Daerah Berbasis Komoditas Unggulan”, menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif. Adapun hasil penelitian tersebut Kondisi eksisting pasar daerah dan pasar desa yang di kaji, secara garis besar jika dikategorisasikan berdasarkan orbitrasi jalan, luasan dan daya tampung, sebagian besar terkategori dalam pasar tipe A. Namun, jika dikaji berdasarkan ketersediaan fasilitas umum di pasar daerah Kabupaten Pasuruan sebagian besar memerlukan adanya revitalisasi baik pasar yang terkategori dalam tipe A maupun tipe B, dan C. Manajemen pasar daerah dan pasar desa di Kabupaten Pasuruan masih memiliki pemahaman yang rendah terhadap pengembangan sistem pemasaran, terbatasnya ruang pada pelataran yang sempit, barang dagangan tidak tertata rapi, lingkungan yang kurang bersih, kurangnya tempat penampungan sampah, dan belum tersedianya fasilitas infrastruktur pasar berupa pergudangan Rendahnya pengawasan kualitas terhadap barang yang dijual, dapat menjadikan daya saing untuk menarik

pelanggan sangat lemah dibandingkan pasar modern. Hasil analisis faktor internal maka dapat diketahui beberapa faktor yang menjadi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) pasar tradisional di Kabupaten Pasuruan. Faktor kekuatan yang paling menonjol adalah bahwa semua pasar yang menjadi sampel pada kajian ini terletak pada lokasi yang strategis. Sedangkan untuk faktor kelemahan (*weakness*) yang paling menonjol yaitu keberadaan sanitasi yang belum memadai (*drainase* tidak berfungsi secara baik, kondisi kamar mandi dan toilet, air bersih belum semua tersedia, desinfeksi pasar belum dilakukan, belum bebas dari *vector*/binatang penular penyakit seperti lalat, kecoa, tikus). Kondisi drainase yang tidak berfungsi baik ini juga tidak bisa dipisahkan dengan sikap (*attitude*) para pedagang yang membuang sampah sembarangan.

Kedua, Penelitian yang dilakukan Dini Noor Aini dan Hasan Muchtar Fauzi (2019) dengan judul “Analisis Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kabupaten Situbondo”, menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun hasil penelitian tersebut Pelaksanaan kebijakan pengembangan pasar tradisional tidak mencapai keberhasilan yang disebabkan karena; Proses penyusunan dan perencanaan kebijakan yang kurang tepat sehingga menyebabkan implementasinya yang kurang tepat pula. Kriteria utama yang menyebabkan proses pembuatan kebijakan pengembangan pasar tradisional kurang tepat yaitu keterlibatan stakeholders dan proses penyusunan kebijakan pengembangan pasar tradisional yang benar. Kriteria utama yang menyebabkan penerapan kebijakan pengembangan pasar

tradisional kurang tepat yaitu penerapan perencanaan pengembangan pasar tradisional secara efektif dan efisien.

Ketiga, Penelitian terdahulu yang dilakukan Rohmat Wahyudi (2019) dengan judul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang”, menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun hasil penelitian tersebut Pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional yang dilakukan Pengelola pasar Arriyadh dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang melalui revitalisasi pasar tradisional bertujuan meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern.

Keempat, Penelitian yang dilakukan Puguh Kurniawan (2020) dengan judul “Strategi Pengembangan Pasar Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Mebel (Studi Kasus Pada Mebel Bapak Supar Desa Penggung Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah)”, menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun hasil penelitian tersebut Strategi pemasaran mebel Bapak Supar dalam meningkatkan volume penjualan. Dilihat dari perencanaan strategi pemasaran mebel Bapak Supar dalam pengembangan pasar guna meningkatkan volume penjualan terhadap minat konsumen, dengan hal tersebut produk utama yang ditawarkan oleh mebel Bapak Supar yaitu pelayanan secara memuaskan terhadap konsumen, dan begitupun strategi pemasaran yang digunakan oleh Bapak Supar ini sudah mematuhi aturan bisnis secara syariah. Karena strategi pemasaran yang digunakan tidak ditemukan adanya penyelewangan dari nilai-nilai dan

kaidah-kaidah dalam melakukan pemasaran yang sudah ditetapkan. Dan ada beberapa tujuan yang dilakukan oleh Bapak Supar yaitu perbaikan secara berkala, yaitu dengan menjaga kondisi barang yang sedang dalam pengiriman menuju tempat pembeli ketika ada goresan. Dan meningkatkan efisiensi dalam hal kerusakan yang kedua kalinya. Dan menjaga kualitas produk yang bagus dan menjaga value dari mebel tetap kualitas tinggi.

Kelima, Penelitian terdahulu yang dilakukan Isti Khomah, Mohd. Harisudin (2016) dengan judul “Strategi pengembangan pasar tradisional yang berorientasi pada keputusan masyarakat di Surakarta”, menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun hasil penelitian tersebut Bahwa faktor keberhasilan penting yang paling disenangi konsumen di pasar yaitu : harga yang murah, jam operasional pasar yang lama, dan banyaknya jumlah setiap produk yang di jual. persamaan penelitian terdahulu ini dengan penelitian saat ini adalah pengembangan pasarnya, sedangkan perbedaannya terletak pada variable pengukuran kepuasan pedagang.

Tabel 2.1
 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
1	Strategi Pengembangan Pasar Daerah Berbasis Komoditas Unggulan” Sulis Rochayatun, Puji Handayati, Ratna Dwi Nastiti, JEAM Vol. 17 No. 1, April 2018	Kualitatif	Fokus pada penelitian ini adalah : Strategi pengembangan pasar tradisional dan produk lokal menggunakan analisis SWOT	Faktor yang menjadi kekuatan (<i>strength</i>) dan kelemahan (<i>weakness</i>) pasar tradisional di Kabupaten Pasuruan. Faktor kekuatan yang paling menonjol adalah bahwa semua pasar yang menjadi sampel pada kajian ini terletak pada lokasi yang strategis. Sedangkan untuk faktor kelemahan (<i>weakness</i>) yang paling menonjol yaitu keberadaan sanitasi yang belum memadai (<i>drainase</i> tidak berfungsi secara baik, kondisi kamar mandi dan toilet, air bersih belum semua tersedia, desinfeksi pasar belum dilakukan, belum bebas dari <i>vector</i> /binatang penular penyakit seperti lalat, kecoa, tikus). Kondisi drainase yang tidak berfungsi baik ini juga tidak bisa dipisahkan dengan sikap (<i>attitude</i>) para pedagang yang membuang sampah sembarangan
2	Analisis Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kabupaten Situbondo Dini Noor Aini, Hasan Muchtar Fauzi, Volume 3 , Nomor 2,	Kualitatif	Fokus pada penelitian ini adalah : a. Revitalisasi pasar tradisional b. Penyebab kegagalan kebijakan	Pelaksanaan kebijakan pengembangan pasar tradisional tidak mencapai keberhasilan yang disebabkan karena; Proses penyusunan dan perencanaan kebijakan yang kurang tepat sehingga menyebabkan implementasinya yang kurang tepat pula. Kriteria utama yang menyebabkan proses pembuatan kebijakan pengembangan pasar tradisional kurang tepat yaitu

	Desember 2019 CERMIN : JURNAL PENELITIAN		pengembangan pasar	keterlibatan stakeholders dan proses penyusunan kebijakan pengembangan pasar tradisional yang benar. Kriteria utama yang menyebabkan penerapan kebijakan pengembangan pasar tradisional kurang tepat yaitu penerapan perencanaan pengembangan pasar tradisional secara efektif dan efisien.
3	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Rohmat Wahyudi, JURNAL PENGEMBANGAN WIRASWASTA Vol. 21 No. 01 – APRIL 2019 LP2M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta; p-ISSN 1411-710X; e-ISSN 2620-388X	Kualitatif	Fokus pada penelitian ini adalah : Revitalisasi untuk meningkatkan daya saing pasar dengan analisis CPM dan QSPM	Pelaksanaan program pengembangan pasar tradisional yang dilakukan Pengelola pasar Arriyadh dalam rangka meningkatkan kepuasan pedagang melalui revitalisasi pasar tradisional bertujuan meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern.
4	Strategi Pengembangan Pasar Untuk Meningkatkan Volume Penjualan	Kualitatif	Fokus pada penelitian ini adalah : Strategi Pengembangan pasar dan	Strategi pemasaran mebel Bapak Supar dalam meningkatkan volume penjualan. Dilihat dari perencanaan strategi pemasaran mebel Bapak Supar dalam pengembangan

	<p>Pada Mebel (Studi Kasus Pada Mebel Bapak Supar Desa Penggung Kecamatan Dukuhseti Kabupaten Pati Provinsi Jawa Tengah) Puguh Kurniawan, JSMB Vol. 7 (1) 2020 hlm. 59-65 Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis http://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb</p>		<p>hambatan untuk peningkatan volume penjualan mebel</p>	<p>pasar guna meningkatkan volume penjualan terhadap minat konsumen, dengan hal tersebut produk utama yang ditawarkan oleh mebel Bapak Supar yaitu pelayanan secara memuaskan terhadap konsumen, dan begitupun strategi pemasaran yang digunakan oleh Bapak Supar ini sudah mematuhi aturan bisnis secara syariah. Ka-rena strategi pema-saran yang digunakan tidak ditemukan adanya penyelewangan dari nilai-nilai dan kaidah-kaidah dalam melakukan pemasaran yang sudah ditetapkan. Dan ada beberapa tujuan yang dilakukan oleh Bapak Supar yaitu perbaikan secara berkala, yaitu dengan menjaga kondisi ba-rang yang sedang dalam pengiriman menuju ketempat pembeli ketika ada goresan. Dan meningkatkan efisiensi dalam hal kerusakan yang kedua kalinya. Dan menjaga kualitas produk yang bagus dan menjaga value dari mebel tetap kualitas tinggi.</p>
5	<p>Strategi pengembangan pasar tradisional yang berorientasi pada keputusan masyarakat di Surakarta Isti Khomah, Mohd.</p>	<p>Kualitatif</p>	<p>Fokus pada penelitian ini adalah : Pengembangan yang berorientasi pada keputusan masyarakat</p>	<p>Faktor keberhasilan penting yang paling disenangi konsumen di pasar yaitu : harga yang murah, jam operasional pasar yang lama, dan banyaknya jumlah setiap produk yang di jual.</p>

	Harisudin, JIA, VOLUME 4 No. 2, MEI 2016			
--	--	--	--	--

Sumber : Data Oleh Peneliti 2022

Dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka keterbaruan (*novelty*) dalam penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya adalah fokus dalam penelitian ini terletak pada pengembangan pasar seauai teori pasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz (2012) tiga bentuk strategi pengembangan pasar yaitu : strategi pengembangan sarana prasarana, strategi pengembangan kualitas pelayanan dan strategi pengembangan sumber daya manusia.

2.2 Konsep Strategi Pengembangan Pasar Tradisional

2.2.1 Definisi Strategi

Strategi diambil dari bahasa Yunani, stratos yang artinya tentara dan ago yang artinya pemimpin. Strategi merupakan suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang, strategi merupakan rencan jangka panjang untuk mencapai tujuan, strategi terdiri atas aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Husaini, 2010)

Strategi merupakan cara untuk mendapatkan keuntungan yang besar, sebaliknya dalam organisasi non bisnis atau organisasi non komersil strategi adalah cara untuk memuaskan anggotanya, dalam organisasi di pemerintahan strategi merupakan cara untuk bisa memberi pelayanan yang

maksimal kepada masyarakat sebagai pembayar pajak Strategi adalah arah atau jalan yang akan ditempuh organisasi dalam rangka menjalankan misinya untuk menuju pencapaian visi (Eddy Yunus, 2016).

Nanang Fatah dalam (Ahmad, 2020) berpendapat bahwa strategi adalah langkah-langkah yang sistematis dan sistemis dalam melakukan rencana secara menyeluruh (makro) dan berjangka panjang dalam mencapai tujuan.

Akdon sebagaimana dikutip Nana Herdiana Abdurrahman (2015), “strategi dalam manajemen strategi organisasi, dapat diartikan sebagai kiat, cara dan taktik utama yang dirancang secara sistematis dalam melaksanakan fungsi-fungsi manajemen”. Dari penjelasan diatas bisa disimpulkan bahwa strategi turut serta dalam terwujudnya target perusahaan baik target pendek, panjang dan menengah.

2.2.2 Perinsip Agar Strategi Menjadi Sukses

Petinggi suatu perusahaan harus memastikan bahwa strategi yang telah dibuat apakah sudah mencapai keberhasilan. Hatten berdasarkan kutipan Salusu (1996), memberikan indikasi agar strategi menjadi sukses.

- a. Suatu strategi wajib sekaras terhadap lingkungan yang ada. Ketika menerapkan strategi yang sudah umum dilakukan, turutilah perkembangan di kelompok yang ada.
- b. Strategi tidak hanya dibuat satu oleh organisasi. Tergantung situasi, ketika tersedia banyak suatu strategi ikut saja alur itu dan tidak boleh bertentangan.

- c. Strategi bisa dikatakan efektif apabila mampu fokus dan bersatu dengan banyak sumber daya yang ada tidak bertolak belakang. Saingan antar karyawan disebuah organisasi yang tidak positif menimbulkan kerugian bagi sebuah organisasi.
- d. Strategi yang dicapai dipusatkan kepada kekuatan yang dimiliki dan bukan pada kekurangan yang dimiliki. Disamping itu, perlu pemanfaatan kekurangan agar tahu cara paling sesuai agar lebih kompetitif.
- e. Aspek yang terpenting adalah sumber daya. Ketika melaksanakan strategi harus yang memadai dan bisa dilaksanakan.
- f. Semua strategi punya resiko, oleh karena itu harus berhati-hati agar organisasi tidak mengalami kerugian ketika menerapkan strategi.
- g. Sukses tidaknya suatu organisasi bisa dilihat dengan ada tidaknya kerjasama yang baik dari berbagai pihak yang terlibat di dalam suatu organisasi.

2.2.3 Definisi Pengembangan

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Di masa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi. Tuntutan mewujudkan perubahan dapat timbul dari dua sumber, yaitu dari dalam organisasi harus selalu peka terhadap aspirasi, keinginan, tuntutan dan kebutuhan berbagai kelompok itu dikenal dengan istilah pihak-pihak yang berkepentingan (Fathul Aminudin Aziz, 2012).

Pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan (J. Winardi, S. E, 2015).

Pasar tradisional adalah lokasi atau tempat di mana pembeli bertemu dengan penjual, barang-barang atau jasa-jasa ditawarkan untuk dijual, dan kemudian terjadi pemindahan hak milik. Pasar adalah lokasi tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Azizah, 2016).

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

2.2.4 Pasar Tradisional

Pasar tradisional memegang peranan yang amat penting pada masa ini, terutama pada masyarakat pedesaan. Pasar, pada masyarakat pedesaan dapat diartikan sebagai pintu gerbang yang menghubungkan masyarakat tersebut dengan dunia luar. Hal ini menunjukkan bahwa pasar mempunyai peranan dalam perubahan-perubahan kebudayaan yang berlangsung di dalam suatu masyarakat. Melalui pasar ditawarkan alternatif-alternatif kebudayaan yang berlainan dari kebudayaan setempat (Azizah, 2016).

Menurut Margaret Dale (2013) bahwa kehidupan pedagang dan segala aktivitas pasar tradisional disamping adanya hubungan ekonomis dan jalinan perdagangan antar pasar dan petani, pola hubungan sosial pedagang dan manusia-manusia yang terlibat di dalamnya adalah suatu hal yang sangat penting.

Pasar tradisional merupakan salah satu sektor penting yang mendukung perekonomian rakyat. Di dalamnya, kepentingan rakyat kecil hingga kalangan menengah ke atas diwadahi (Juliansyah Noor, 2013).

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung.

Pasar tradisional adalah tempat berjualan yang tradisional (turun menurun), tempat bertemunya penjual dan pembeli dimana barang-barang yang diperjual belikan tergantung kepada permintaan pembeli (konsumen), harga yang ditetapkan merupakan harga yang disepakati melalui suatu proses tawar menawar, pedagang selaku produsen menawarkan harga sedikit di atas harga standar. Pada umumnya pasar tradisional merupakan tempat penjualan bahan-bahan kebutuhan pokok (sembako). Biasanya pasar tradisional beraktivitas dalam batas-batas waktu tertentu, seperti pasar pagi, pasar sore, pasar pecan dan lain sebagainya. Pasar tradisional biasanya dikelola oleh pemerintah maupun swasta, fasilitas yang tersedia biasanya merupakan bangsal-bangsal, los-los. Gudang, toko-toko, stand-stand/kios-kios, toilet umum pada sekitas pasar tradisional. Pada pasar tradisional proses jual beli terjadi secara manusiawi dan komunikasi dengan nilai-nilai kekeluargaan yang tinggi (Juliansyah Noor, 2013).

2.2.5 Strategi Pengembangan Pasar

Menurut teori Pasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz (2012) tiga bentuk strategi pengembangan pasar yaitu :

1. Strategi pengembangan sarana dan prasarana pasar

Mewujudkan pasar yang bersih, aman, nyaman dan berkeadilan maka perlu didukung sarana dan prasaran yang mendukung. Sarana

adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud dan tujuan sedangkan prasarana adalah segala sesuatu yang merupakan penunjang utama terselenggarakannya suatu proses (usaha, pembangunan dan proyek).

2. Strategi pengembangan kualitas pelayanan pasar

Kualitas pelayanan pasar adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan pedagang dan pembeli, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan akan dianggap bermutu, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Tujuan pelayanan pasar yang berkualitas adalah sebagai berikut :

- a) Untuk menumbuhkan kepercayaan pedagang dan pembeli terhadap produk atau jasa yang ditawarkan pengelola.
- b) Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari pedagang dan pembeli.
- c) Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan pedagang dan pembeli.
- d) Untuk menjaga agar pedagang dan pembeli merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
- e) Untuk mempertahankan pedagang dan pembeli.

Kualitas pelayanan yang baik akan sangat berpengaruh. Setiap pelanggan yang datang pastinya akan senang jika mendapatkan

pelayanan yang baik. Dengan kualitas pelayanan yang baik akan tercipta pelanggan loyal.

Tetapi untuk bisa membuat pelayanan yang bagus tidaklah mudah. Jika ada satu saja pelanggan yang kecewa dengan pelayanan yang diberikan maka efeknya akan besar yaitu membuat stigma negatif terhadap orang lain. Adapun cara yang bisa dilakukan untuk bisa memberikan kualitas pelayanan dengan cara memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, mendengarkan keluhan dari pedagang dan pelanggan, menjaga kesabaran dan menjaga kesopanan.

pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluative konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan berdasarkan tingkat pentingnya pada dimensi-dimensi pelayanan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan pasar kepada pedagang dan pelanggan adalah sikap dan perilaku pengelola pasar, kepuasan kerja pengelola pasar, motivasi kerja pengelola pasar, sistem dan prosedur kerja, kemampuan pengelola pasar dalam memberikan pelayanan kepada pedagang dan pelanggan.

3. Strategi pengembangan sumber daya manusia

Pengembangan sumber daya manusia memiliki pengertian sebagai kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan dari SDM dalam kurun waktu tertentu. Secara lebih rinci, pengembangan sumber daya manusia dapat diartikan sebagai subfungsi

yang paling proaktif karena dimulai pada tingkat identifikasi kebutuhan pelatihan, melakukan survei keadaan hingga melakukan program pelatihan.

Adapun fungsi dari pengembangan sumber daya manusia dimana pelatihan dan pengembangan berfokus pada perubahan atau peningkatan keterampilan. Pengetahuan dan sikap karyawan atau individu.

2.2.6 Dasar Hukum Pengembangan Pasar Tradisional

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2021 tentang Pedoman, pengembangan, penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan toko swalayan, definisi pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya, sedangkan pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/ dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Ketentuan Pasar Tradisional salah satunya adalah wajib menyediakan fasilitas yang menjamin Pasar Tradisional yang bersih, sehat

(*hygienis*), aman, dalam hal ini pengembangan adalah salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah terhadap pasar tradisional dalam memenuhi ketentuan wajib di atas.

2.2.7 Faktor-Faktor Pengembangan Pasar Tradisional

Organisasi apa pun sebagai bagian masyarakat, harus peka terhadap lingkungannya tersebut. Ada dua faktor yang menuntut adanya pengembangan organisasi yaitu faktor internal dan faktor eksternal (Fathul Aminudin Aziz, 2012).

a) Lingkungan eksternal

Lingkungan eksternal adalah seluruh faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi. Beberapa faktor tersebut, antara lain politik, hukum, kebudayaan, teknologi, sumberdaya alam, demografi, dan sebagainya. Adalah penyebab perubahan yang berasal dari luar, atau sering disebut lingkungan. Organisasi bersifat responsive terhadap perubahan yang terjadi di lingkungannya.

Oleh karena itu, jarang sekali organisasi melakukan perubahan besar tanpa adanya dorongan yang kuat dari lingkungannya. Artinya, perubahan yang besar itu terjadi karena lingkungan menuntut seperti itu. Beberapa penyebab perubahan organisasi yang termasuk faktor ekstern adalah perkembangan teknologi, faktor ekonomi, dan peraturan pemerintah.

b) Lingkungan Internal

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

2.3 Konsep Kepuasan dan Pendapatan Pedagang

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pedagang

Kepuasan dapat didefinisikan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Juliansyah Noor, 2013).

Memungkinkan kita memberikan nilai pada berbagai hal. Menurut Cascio (1987), teori utilitas memberi kita kerangka konseptual untuk membuat keputusan dengan metode mendorong pembuat keputusan untuk menetapkan tujuannya secara jelas, untuk memperhitungkan konsekuensi/ hasil yang diharapkan serta untuk menentukan nilai konsekuensi maupun hasilnya. Pendekatan sejenis ini sangat efektif karena keputusan yang dibuat didasarkan atas alasan yang kuat dan pemikiran yang cermat (Margaret Dale, 2013).

Kepuasan adalah hal yang umum diucapkan, didiskusikan dan dipublikasikan. Mulanya konsep kepuasan dekat dengan kegiatan pemasaran karena adanya orientasi pemasaran terhadap kebutuhan pelanggan. Sekarang, konsep kepuasan telah merasuk ke seluruh jajaran organisasi karena keyakinan bahwa tanpa dapat membangun kepuasan pelanggan niscaya satu organisasi dapat bertahan dan berkembang. Sehingga diyakini bahwa seluruh bagian dalam organisasi mempunyai misi memberikan kepuasan baik kepada pelanggan internal maupun eksternal. Kepuasan tidak saja sebagai tujuan organisasi, akan tetapi juga menjadi strategi (instrumen) perusahaan. Sebagai strategi, kepuasan berkaitan dengan penyusunan konsep, metode, dan evaluasi untuk dapat memenangkan persaingan.

Dari perkembangan demikian, harus disadari bahwa konsep (konstruksi) kepuasan yang dikembangkan antar kelompok pelanggan (segmen) adalah bagian yang harus dipertimbangkan secara akademis, karena adanya perbedaan fokus akan harapan mereka. Bahkan sampai kepada pendekatan harus dipertimbangkan, karena pengukuran kepuasan pelanggan membutuhkan respons pelanggan. Respons ini menyangkut kesadaran, pemahaman kebutuhan sampai kepada indikator ataupun atribut yang dipertimbangkan menciptakan kepuasan.

Pedagang adalah orang yang berdagang. Jadi kepuasan pedagang adalah tingkat perasaan seorang pedagang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang pedagang rasakan dengan harapan yang diinginkannya.

Dalam konteks ini pedagang berperan sebagai consumer dari produk-produk pemerintah yang diturunkan melalui kebijakan-kebijakan terhadap pengembangan pasar yang berupa revitalisasi pasar tradisional.

2.3.2 Dimensi Kepuasan Pelayanan dan Jasa Kinerja

Menurut Fathul Aminudin Aziz (2012) Pelayanan adalah hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggungjawabnya yang diukur berdasarkan beberapa dimensi. Dimensi tersebut menurut Pasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz (2012) ada empat dimensi pokok yaitu sebagai berikut:

a. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petuas dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan akibat akal dan pikiran yang ditujukan pada pelanggan. Dengan kata lain kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

b. Keandalan (*Reliability*)

Mencakup konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat sejak awal (*right the first time*) dan telah memenuhi janji (iklan) nya. Dalam hal ini keandalan adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan

terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan harus handal dan bertanggungjawab.

c. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal (Fathul Aminudin Aziz, 2012)

d. Kemampuan Fisik (*Tangible*)

Mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung atau wujud merupakan satu indikator yang paling kongkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat. Yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, tampilan fisik dari pelayanan misalnya kartu kredit plastik.

2.3.3 Pengertian Pendapatan Pedagang

Pendapatan adalah uang yang diterima seseorang atau bisnis sebagai imbalan setelah mereka menyediakan barang, jasa, atau melalui modal investasi dan digunakan untuk mendanai pengeluaran sehari-hari. Dalam bisnis, pendapatan dapat merujuk pada sisa pemasukan perusahaan setelah membayar semua biaya dan pajak. Pendapatan tidak akan diterima utuh karena perusahaan juga harus membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Desi dalam Pratiwi, K. C., & kartika, I. N., 2019)

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

Menurut Irmah H. Bachtiar (2019) Pendapatan merupakan hasil yang diperoleh perusahaan atas kegiatan usahanya. Pendapatan adalah hasil yang berasal dari penyerahan barang dagangan atau barang hasil produksi. Pendapatan dibedakan menjadi dua bagian, yaitu;

a. Pendapatan Usaha

Pendapatan ini adalah pendapatan yang diperoleh berkaitan dengan kegiatan usaha atau hasil usaha pokok/utama perusahaan.

b. Pendapatan diluar usaha

Pendapatan ini adalah pendapatan yang diperoleh atas kegiatan diluar usaha pokok/utama perusahaan semisalnya pendapatan bunga, sewa dan komisi.

2.3.4 Jenis-jenis pendapatan

Adapun jenis pendapatan menurut Sharon L. Lechter (2006) dapat dibagi dari beberapa aspek yaitu sebagai berikut :

a. Pendapatan yang diperoleh

Jenis pendapatan ini adalah pendapatan yang diperoleh melalui hasil bekerja. Seperti orang yang bekerja disuatu perusahaan dan mndapatkan gaji yang diterima.

b. Pendapatan pasif

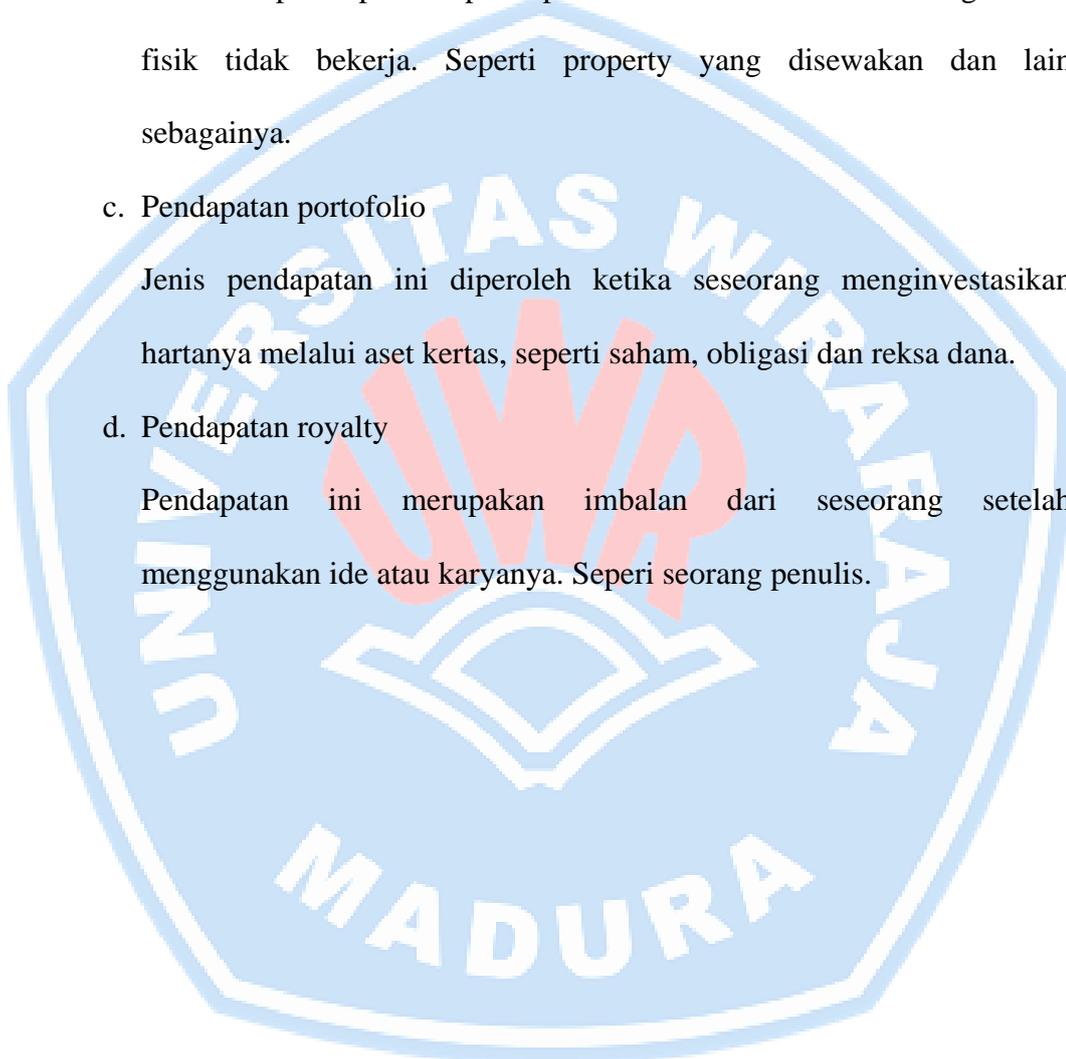
Pendapatan pasif dapat diperoleh bahkan ketika seseorang secara fisik tidak bekerja. Seperti property yang disewakan dan lain sebagainya.

c. Pendapatan portofolio

Jenis pendapatan ini diperoleh ketika seseorang menginvestasikan hartanya melalui aset kertas, seperti saham, obligasi dan reksa dana.

d. Pendapatan royalti

Pendapatan ini merupakan imbalan dari seseorang setelah menggunakan ide atau karyanya. Seperi seorang penulis.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dimana penelitian untuk untuk menjawab sebuah permasalahan secara mendalam dalam konteks waktu dan situasi yang bersangkutan, dilakukan secara wajar dan alami sesuai dengan kondisi objektif dilapangan. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta dilapangan (Sugiyono, 2020). Penelitian kualitatif mengandalkan kecermatan pengumpulan data untuk memperoleh hasil penelitian yang valid. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (*depth interview*), pengamatan terlibat (*participant observation*), diskusi grup yang terarah (*vocal group discussion*), dan analisis dokumen (*document analysis*).

Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2020).

Kualitatif deskriptif berarti data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Penelitian ini bertujuan untuk

menjelaskan sesuatu melalui sebuah penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan saja, tidak melihat hubungan atau membandingkan.

3.1 Fokus Penelitian

Fokus penelitian bertujuan untuk membatasi penelitian dalam satu atau lebih variable, yang berarti dengan adanya fokus penelitian maka pembahasan dalam penelitian menjadi lebih terarah dan terpusat. Dalam penelitian ini fokus penelitian yang akan diteliti lebih kepada menganalisis tentang bagaimana strategi pengembangan pasar settoan dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang desa moncek tengah.

Adapun fokus dalam penelitian ini adalah pengembangan sesuai teori Pasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz (2012) Tiga bentuk strategi pengembangan pasar antara lain sebagai berikut :

1. Strategi pengembangan sarana dan prasarana pasar

Mewujudkan pasar yang bersih, aman, nyaman dan berkeadilan maka perlu didukung sarana dan prasarana yang mendukung

2. Strategi pengembangan kualitas pelayanan pasar

Kualitas pelayanan pasar adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan akan dianggap bermutu, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu.

3. Strategi pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia dapat diartikan sebagai subfungsi yang paling proaktif karena dimulai pada tingkat identifikasi kebutuhan pelatihan, melakukan survei keadaan hingga melakukan program pelatihan.

3.2 Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian, peneliti sengaja memilih lokasi di Kabupaten Sumenep Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Khususnya di Pasar Desa Moncek Tengah Dusun Solok Barat RT 02 RW 01.

Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng dipilih sebagai lokasi penelitian karena Pasar Settoan Desa Moncek Tengah merupakan pasar yang sudah sejak lama dibangun. Selain itu pasar Settoan juga merupakan . Akses yang mudah dijangkau dan menjadikan pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep menjadi sasaran pembeli yang akan berbelanja di pasar tersebut. Posisi yang jauh dengan pusat perkotaan menjadikan pasar Settoan Moncek Tengah Lenteng Sumenep menjadi pilihan pengunjung yang dari dari beberapa Desa terutama warga Desa Moncek Tengah, Moncek Timur, Moncek Barat, Banaresep Barat, Bilapora dan warga desa terdekat dari beberapa desa ini.

3.3 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Data Primer

Sumber data primer adalah “sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data” (Sugiyono, 2020). Data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah keseluruhan jawaban responden melalui wawancara peneliti dengan kepala pasar dan empat pedagang di pasar settoan desa moncek tengah lenteng sumenep.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah “sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen” (Sugiyono, 2020). Data ini berasal dari buku-buku, jurnal, penelitian terdahulu yang membahas tentang strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang dan diperoleh dari dokumen-dokumen Desa Moncek Tengah dan Pasar Settoan sebagai data pendukung penelitian.

3.4 Instrumen Penelitian

Nasution dalam Sugiyono (2020), menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain dari pada menjadikan manusia sebagai instrument utama. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semuanya tidak dapat ditentukan secara pasti

dan jelas sebelumnya. Segala sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan lain dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya.

Pengumpulan data penelitian membutuhkan suatu instrumen. Instrumen ini dibutuhkan untuk pengambilan data untuk penelitian baik penelitian kualitatif maupun penelitian kuantitatif. Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.

Setelah fokus penelitian menjadi jelas dan pasti maka dapat dikembangkan instrumen penelitian sederhana yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara. instrument dalam penelitian ini yaitu :

1. Peneliti sendiri

Peneliti sendiri merupakan instrumen penting dan instrumen utama dalam penelitian kualitatif. Peneliti sebagai alat yang paling peka terhadap lingkungan sehingga segala stimulus dari lingkungan dapat diperkirakan bermakna atau tidak terhadap penelitian. Peneliti adalah instrumen yang memiliki kemampuan dalam melakukan penelitian langsung terhadap objek lapangan dengan melakukan wawancara dan observasi langsung di tempat penelitian.

2. Pedoman wawancara

Pedoman wawancara sebagai instrument pendukung dalam penelitian kualitatif dimana pedoman wawancara disusun secara tertulis sesuai dengan focus penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Sehingga dengan pedoman wawancara akan memperoleh informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat berupa tulisan dan gambar. Dokumentasi berupa bukti catatan hasil wawancara sehingga penelitian akan lebih kredibel atau dapat dipercaya. Selain itu kamera digunakan untuk mengabadikan setiap momen penelitian yang sedang dilakukan sebagai bukti bahwa penelitian benar-benar dilakukan. Hal tersebut dapat meningkatkan keabsahan dat penelitian yang dilakukan.

3.5 Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam penelitian kualitatif mempunyai peran yang sangat penting, karena pada subyek penelitian data yang diperlukan dalam penelitian didapatkan. Pada penelitian ini subyek penelitian dimanfaatkan untuk menggali informasi tentang kondisi dan situasi yang ada dilapangan. Pada penelitian kualitstif subyek penelitian disebut dengan istilah informan dimana informan adalah orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian dan atau sebagai sasaran penelitian. Dalam penelitian kualitatif ada 3 informan yang digunakan yaitu :

1. Informan kunci

Informan kunci yaitu orang-orang yang dipilih yang benar-benar mengetahui dan memiliki informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep Bapak Syamsul Arifin.

2. Informan utama

Informan utama yaitu orang-orang yang terlibat langsung dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan utama adalah seseorang yang mempunyai kewenangan secara langsung dalam pelaksanaan kegiatan yang diteliti dan biasanya mereka sebagai informan yang diutamakan untuk diteliti. Informan utama dalam penelitian ini adalah pengurus Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep Bapak Nurul Anwar.

3. Informan pendukung

Informan pendukung yaitu orang-orang yang dapat memberikan informasi walaupun secara tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa Moncek Tengah yang terlibat dalam pelaksanaan pengembangan pasar. Informan pendukung dalam penelitian ini adalah pedagang pasar settoan sebanyak 5 orang.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan utama dari sebuah penelitian adalah memperoleh data, sehingga teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dan paling penting dalam penelitian. Tanpa adanya teknik pengumpulan data maka data yang

didapatkan dalam penelitian tidak akan memenuhi standar yang baik (Sugiyono, 2020).

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi, dan gabungan keempatnya (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini maka pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi (pengamatan), interview (wawancara) dan dokumentasi.

a. Observasi

Nasution (dalam Sugiyono, 2020) mengemukakan bahwa, observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi yang dikumpulkan dengan bantuan berbagai alat yang canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil maupun yang sangat jauh dapat diobservasi dengan jelas. Observasi adalah pengamatan yang dilakukan untuk mengetahui fenomena, gejala dan permasalahan yang sedang terjadi di lapangan. Peneliti melaksanakan pengamatan langsung objek yang diteliti, dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian, dalam hal ini Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep sebagai lokasinya.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari

responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2020). Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan peneliti. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara langsung yang dilakukan terhadap para pedagang di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep.

- 1) Teknik strategi pengembangan pasar tradisional yang seperti apa yang diterapkan oleh Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep.
- 2) Kemudian apa dampak yang dihasilkan dari strategi pengembangan pasar tradisional yang telah dilakukan.

Penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu hingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti. Penentuan sampel dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung. Penambahan sampel akan dihentikan ketika datanya sudah jenuh. Maksudnya, dari berbagai informan baik yang lama maupun yang baru, tidak memberikan data baru lagi (Sugiyono, 2020). Teknik ini memiliki dua tahap yaitu :

- 1) Pemilihan subjek sampel awal yang digunakan sebagai *key information* (informasi kunci) yang dianggap memahami informasi yang dibutuhkan penyusun. Dilakukan dengan mewawancarai Kepala pasar settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep untuk mendapatkan data pertama mengenai strategi pengembangan pasar settoan.

- 2) Teknik kedua adalah pemilihan sampel, teknik ini merupakan pemilihan sampel lanjutan yang berfungsi untuk memperluas deskripsi informasi yang dipertimbangkan akan memberikan data yang lengkap, informasi yang mungkin ada dengan mewawancarai kepala pasar dan pedagang pasar settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen tersebut dapat berbentuk data, dan gambar. Data yang dimaksud di sini adalah data dari hasil wawancara dengan dinas pasar dan beberapa pedagang Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep. Menurut Bogdan (dalam Sugiyono, 2020) menyatakan bahwa hasil penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

3.7 Teknis Analisis Data

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

Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara

terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data dengan metode pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam hal ini peneliti melakukan beberapa teknis analisis data, yaitu :

1. Analisis Sebelum di Lapangan

Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder yang akan digunakan dalam penulisan. Dalam hal ini data sekunder yang digunakan dalam penulisan ini adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Sehingga dalam menganalisis data sebelum di lapangan didasarkan pada hal-hal tersebut.

2. Analisis Data di Lapangan

Analisis data di lapangan peneliti menggunakan model Miles dan Huberman. Yang mana Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020) mengungkapkan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sehingga datanya sudah jenuh. Dalam hal ini meliputi tiga proses yaitu:

a. Reduksi Data

Merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.

b. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian kualitatif biasanya dapat dilakukan dengan bentuk tabel, grafik, dan sejenisnya. Dan dalam penulisan ini

peneliti lebih memfokuskan penyajian data dengan menggunakan teks yang bersifat naratif dan deskriptif dengan didukung oleh data yang telah didapatkan sebelumnya (Sugiyono, 2020). Karena pada dasarnya menyajikan data akan memberi kemudahan bagi peneliti untuk memahami apa yang telah terjadi selama penelitian berlangsung.

c. Verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan pada tahap awal masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel (Sugiyono, 2020).

3.8 Keabsahan data

Temuan Peneliti menggunakan pengecekan keabsahan temuan untuk memperoleh keabsahan temuannya yang memuat uraian tentang usaha usaha yang telah dilakukan selama penelitian. Agar diperoleh temuan dan interpretasi yang absah ada beberapa teknik untuk mencapai kredibilitas,

1. Perpanjangan Keikutsertaan

Perpanjangan keikutsertaan berarti peneliti tinggal dilapangan penelitian sampai kejenuhan pengumpulan data tercapai. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sehingga peneliti merupakan instrumen utama dalam penelitian. Sebuah kepercayaan tidak dapat dibangun dengan

mudah, membutuhkan proses yang cukup lama, sehingga peneliti merasa perlu untuk memperpanjang keikutsertaan untuk meningkatkan kepercayaan dan derajat keabsahan dari data yang telah diperoleh. Selain itu peneliti dapat menambah informasi yang lebih banyak dari informan karena lebih lama berada di lapangan.

2. Ketekunan (Keajegan Pengamatan)

Peneliti menggunakan teknik ini karena bermaksud untuk menemukan ciri-ciri dan informasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.

3. Triangulasi

Peneliti akan berusaha mengkaji data melalui beberapa sumber dan metode serta peneliti akan mengadakan pengecekan dengan teori yang dikemukakan para ahli atau para ilmuwan. Sehingga peneliti dapat mengecek kembali temuannya dengan jalan membandingkan dengan sumber. Dalam hal trigulasi, Susan Stainback (dalam Sugiyono, 2020) menyatakan bahwa tujuan dari trigulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih kepada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

3.9 Tahap-tahap Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui tahapan sebagai berikut :

1. Tahap sebelum ke lapangan

Peneliti menetapkan apa saja yang harus dilakukan sebelum masuk lapangan objek studi, yang meliputi kegiatan penentuan fokus, memilih

lapangan penelitian observasi lapangan, permohonan izin kepada subjek yang diteliti, konsultasi fokus penelitian, penyusunan usulan penelitian.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Meliputi pengumpulan bahan-bahan yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di pasar settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep, data tersebut diperoleh dengan observasi, dokumentasi dan wawancara yang mencakup bagaimana Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep.

3. Tahap analisis data

Meliputi analisis data baik yang diperoleh melalui observasi, dokumentasi maupun wawancara dengan pihak kepala pasar dan para pedagang pasar settoan, kemudian dilakukan dengan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti, selanjutnya melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data yang didapat dan metode perolehan data sehingga data benar-benar valid, dan absah sebagai dasar dan bahan untuk memberikan makna data yang merupakan proses penentuan dalam memahami konteks penelitian yang sedang diteliti.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Deskripsi Singkat Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

4.1.1 Letak Geografis Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep terletak pada posisi yang strategis yaitu dipinggir jalan utama penghubung antara Kecamatan Lenteng Dan Kecamatan Guluk-guluk. Akses yang mudah dijangkau menjadikan Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep menjadi sasaran pembeli yang akan berbelanja di pasar tersebut. Posisi yang jauh dengan pusat perkotaan menjadikan Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep menjadi pilihan pengunjung yang dari beberapa Desa, terutama warga Desa Moncek Tengah, Desa Moncek Timur, Desa Moncek Barat, Desa Banaresep, Desa Rombiyah.

4.1.2 Sejarah Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep terletak di Jl. Raya Guluk-guluk yang terhubung antara Kecamatan Lenteng Dan Kecamatan Guluk-guluk. Pasar settoan adalah pasar yang termasuk dikategorikan pasar tua karena pasar tersebut berdiri kurang lebih 70 tahun, karena pasar ini berdiri sekitar tahun 1952.

Awal berdirinya pasar settoan hanya pertemuan antar pedagang yang menjual kebutuhan sehari-hari seperti ikan laut dan makanan khas orang

sekitar yaitu rujak. Pada tahun 1961 para pedagang mempunyai inisiatif membuat warung di lokasi pasar tersebut yang tata pengelolaannya tidak berjarak, awal mula berdirinya pasar settoan jumlah para pedagang kurang lebih 15 orang.

Lambat laun kegiatan pasar settoan semakin berkembang hingga jumlah pedagang sekarang mencapai 120 orang pada los yang tertata dengan ukuran 1 x 15 m, dari informasi yang didapatkan melalui kepala pasar, toko yang paling besar dimiliki oleh H. Syaiful sedangkan pedagang yang paling kecil penjualannya adalah penjual kecambah.

Pasar settoan sebelumnya hanya dikelola oleh pihak-pihak perorangan. Namun, pasar settoan sudah dilakukan renovasi oleh pengelola pasar agar kenyamanan pedagang dan konsumen bisa terjangkau, dengan disusun lebih rapi los dan kios yang sebelumnya berdiri dengan tidak teratur.

4.1.3 Visi Misi

Dari awal berdirinya pasar settoan yang memang didirikan atas dasar kebersamaan dengan penuh perjuangan dan pada awal pertama berdiri karena memang didirikan orang-orang yang belum berpengetahuan maka pasar hanya berjalan ala kadarnya yang tanpa mengenal visi misi, akan tetapi lambat laun penerus pengelola pasar ini menyatukan keinginan untuk lebih memajukan pengelolaan Pasar Settoan Desa Mocek Tengah.

Suatu keinginan yang tercermin dalam suatu program harus dituangkan dalam bentuk visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi akan menjadi acuan dalam menentukan kebijakan strategis organisasi yang akan diterapkan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi organisasi untuk menuju organisasi yang berkualitas dan profesional.

Semua lapisan yang terkait dengan organisasi harus ikut dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi dan misi organisasi, sehingga tumbuh komitmen dan prinsip bersama untuk mengembangkan organisasi. Adapun visi dan misi Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep dapat tertuang sebagai berikut :

a. Visi

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

b. Misi

1) Meningkatkan dukungan dan kualitas kelembagaan serta memantapkan pelaksanaan koordinasi bidang pengelolaan pasar melalui upaya optimalisasi penghimpunan dana dari pungutan retribusi pasar guna mendukung peningkatan pendapatan.

2) Mengupayakan terwujudnya basis data pasar yang simpel, akurat, terpercaya dengan mengoptimalkan pelayanan secara prima kepada semua pengguna pasar serta penyediaan sarana dan prasarana pasar

menuju pasar yang bersih, sehat dan nyaman.

4.1.4 Kepengurusan Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

Dalam usaha mengoptimalkan visi misi yang tersusun maka dianggap perlu adanya struktur kepengurusan. Adapun kepengurusan pasar settoan desa moncek tengah sebagai berikut :

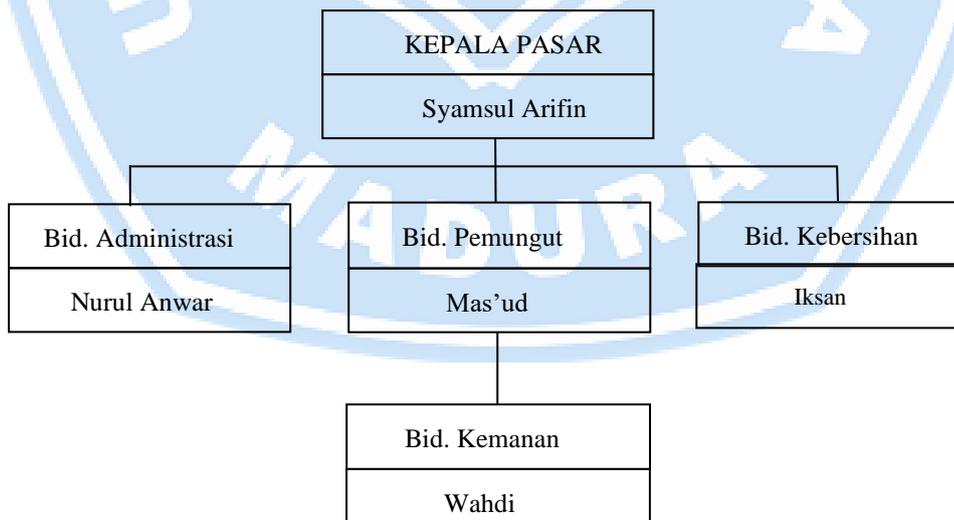
Kepala pasar : Syamsul Arifin

Bidang Administrasi : Nurul Anwar

Bidang pemungut : Mas'ud

Bidang kebersihan : Ikhsan

Bidang keamanan : Wahdi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

Sumber : Buku Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

a. Tugas dan Wewenang Pengurus Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

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

1) Kepala Pasar

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

2) Bidang Adiministrasi

- a) Merekap seluruh jumlah adminitrasi yang diterima, seperti : pembukuan/ merekap hasil penarikan retribusi pasar.
- b) Pelaporan adminitrasi.

3) Bidang Pemungut

- a) Menungut/ menarik retribusi pasar.
- b) Menyetorkan hasil penarikan retribusi ke Bank yang telah ditentukan/ ditunjuk.

4) Bidang Kebersihan

- a) Membersihkan sampah yang ada di dalam pasar.
- b) Serta membantu kepentingan secara umum.

5) Bidang Keamanan

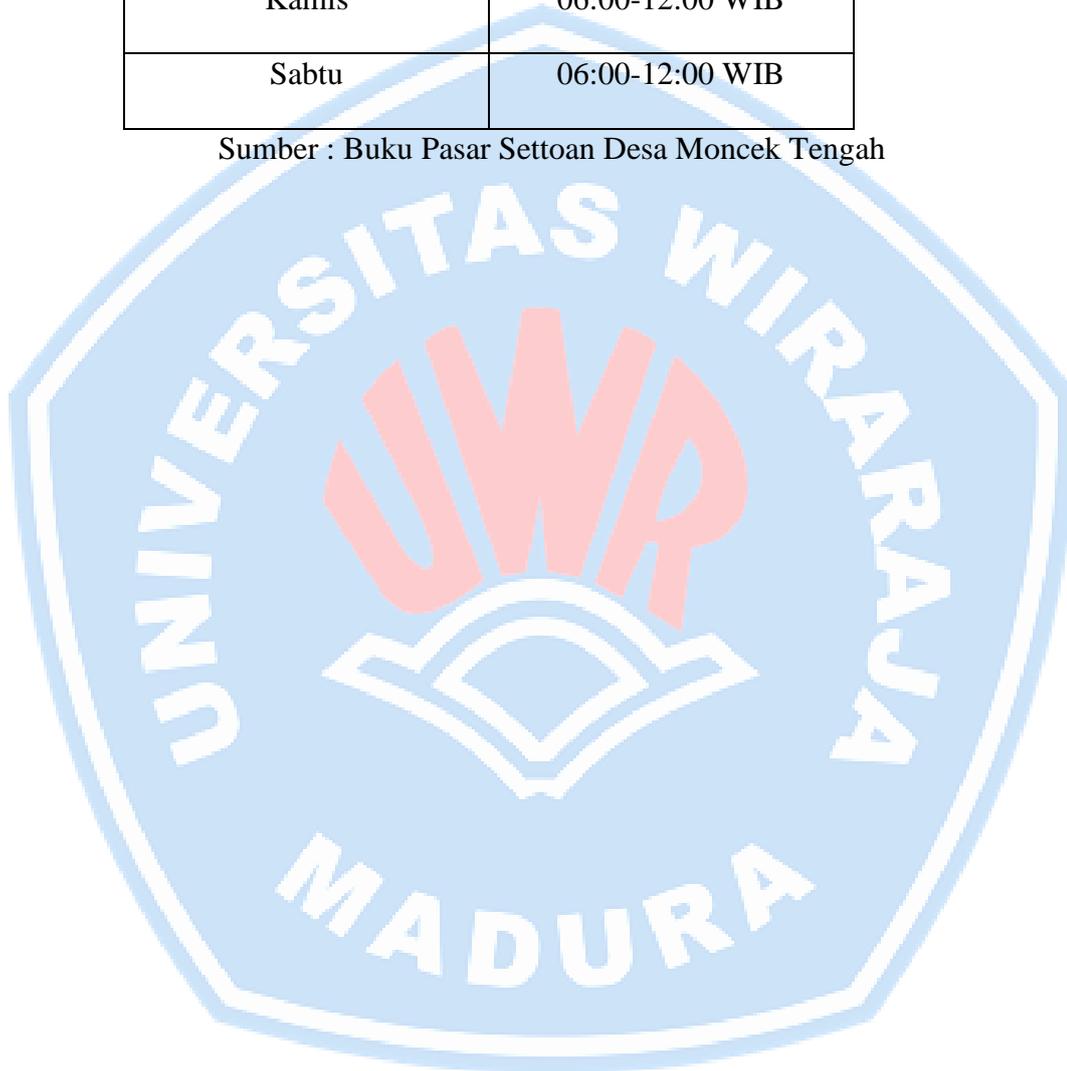
- a) Mengamankan ketertiban dan keamanan pasar.
- b) Serta membantu kepentingan secara umum.

b. Waktu Operasional Pasar Settoan Desa Moncek Tengah

Tabel 4.1

Hari	Waktu
Selasa	06:00-12:00 WIB
Kamis	06:00-12:00 WIB
Sabtu	06:00-12:00 WIB

Sumber : Buku Pasar Settoan Desa Moncek Tengah



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan metodologi penelitian yang telah dipaparkan pada BAB III sebelumnya, didapatkan beberapa hasil penelitian dengan mengacu pada fokus penelitian tentang strategi pengembangan pasar yaitu strategi pengembangan sarana dan prasarana pasar, strategi pengembangan kualitas pelayanan pasar dan strategi pengembangan sumber daya manusia. Hasil penelitian didapatkan melalui teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi dari beberapa subyek penelitian.

Adapun deskripsi data hasil penelitian yang telah diperoleh peneliti selama melakukan penelitian, yaitu :

5.1 Deskripsi Data Hasil Penelitian

5.1.1 Strategi Pengembangan Sarana Dan Prasarana Pasar

Strategi dilakukan pihak pengelola pasar settoan untuk pengembangan sarana dan prasarana adalah dengan :

- a. Memperbaiki bangunan, kamar mandi dan tempat parkir yang tidak layak untuk digunakan. Karena bangunan yang tidak layak juga akan mengganggu pedagang pasar karena jika dibiarkan akan berbahaya bagi pedagang pasar settoan resiko terbesar adalah robohnya bangunan.

Berikut ungkapan Bapak Syamsul selaku kepala pasar settoan saat diwawancarai :

“saya dan pengelola pasar lainnya selalu memantau jika ada bangunan kios yang sudah tidak layak untuk berdagang, yang kemudian akan secepatnya direnovasi karena itu juga menyangkut kenyamanan bagi pengunjung pasar tidak hanya bagi pedagang

pasar”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 08:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Dari wawancara dengan kepala pasar settoan, jawaban kepala pasar selaras dengan salah satu dari pedagang pasar bernama Ibu Nahirah yang mengatakan :

“Menurut saya pasar settoan dari segi pemeliharaan bangunan sudah berjalan dengan baik, karena jika ada bangunan yang rusak, biasanya memang langsung direnovasi oleh pihak pengelola pasar settoan, yang bentuk dari renovasi bersifat kecil-kecilan tapi langsung ditangani dengan cepat. Dengan begitu kami para pedagang tidak perlu khawatir takut terkena robohnya bangunan” (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 10:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Pedagang bernama Ibu Junaida mengatakan bahwasanya :

“pemeliharaan bangunan dilaksanakan dengan renovasi, dengan cara seperti itu pedagang tidak mengeluh mengenai bangunan jika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan”.

Selain itu Ibu Andriyani juga mengatakan :

“selama berdagang hampir bertahun-tahun, akhir-akhir ini bangunan sangat terjaga, karena kemungkinan dana dari pemerintah lebih besar. Ketimbang dulu banyak bangunan yang tidak terurus, karena dulu mungkin dana lebih kecil sehingga banyak bangunan yang menjadi tidak terurus. Beda dengan sekarang”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 10:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Dari pendapat diatas, dapat dikatakan bahwa pasar settoan melihat pentingnya pemeliharaan dari segi fisik bangunan. Bisa dilihat bahwa jika ada bangunan yang tidak layak maka pengelola lantas segera merenovasinya, karena bangunan yang tidak layak akan mengganggu jika

dilihat dari segi estetika. Hal tersebut juga merupakan bentuk pengembangan pasar yang diterapkan dan dilakukan oleh pihak pengelola pasar settoan.

b. Menjaga kebersihan sarana dan prasarana pasar

Bentuk strategi pengembangan yang dilakukan oleh pihak pengelola adalah melakukan pengembangan dalam bentuk menjaga kebersihan sarana dan prasarana pasar settoan, salah satu hal yang menarik perhatian di pasar tradisional adalah tingkat kebersihan dari pasar itu sendiri. Dimana pasar merupakan tempat dari berbagai macam jenis barang sehingga menimbulkan masalah kebersihan yang besar jika pengelolaannya tidak maksimal. Menurut Bapak Syamsul mengatakan :

“menjaga kebersihan sarana dan prasarana merupakan langkah dalam pengembangan pasar yang dilaksanakan. Kebersihan selalu dijaga dengan pembersihan jalan-jalan samping los dan parkir. Pengelolaan kebersihan dilakukan dengan menyapu tiap bangunan maupun jalan pasar yang dilakukan rutin setiap sebelum dan sesudah pasar beroperasi. Setiap sudut pasar settoan juga tersedia tempat pembuangan sampah. Setelah sampah penuh kemudian dibuang”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 08:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Selain itu, pedagang bernama Ibu Harirah Mengatakan :

“menurut saya pengembangan melalui menjaga kebersihan sarana prasarana pasar settoan sudah berjalan dengan baik karena pelaksanaan kebersihan dilakukan oleh petugas kebersihan setiap sebelum dan sesudah pasar beroperasi. Pelaksanaannya hanya dilakukan oleh satu orang petugas jadi menurut saya kurang maksimal karena petugas kebersihan merasa kewalahan jika sendirian membersihkan pasar. Tidak jarang pada saat sebelum pulang pedagang membantu membersihkan jalan di samping kios, dengan begitu kami sebagai pedagang merasa nyaman dengan kondisi pasar yang bersih dan nyaman ”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 10:00 WIB, di Pasar Settoan

Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Walaupun begitu harusnya memang kesadaran lebih dari para pedagang maupun pengunjung juga diperlukan agar kebersihan menjadi semakin terjaga dengan baik. Karena pengelola juga percuma melakukan hal semacam itu apabila tidak ada kesadaran antara pedagang dan pengunjung.

c. Menata ulang pengelompokan barang dagangan

Pengembangan pasar melalui strategi menata ulang pengelompokan barang dagangan sangat penting sekali dilakukan untuk membantu memudahkan pembeli ketika akan berbelanja. Oleh karena itu pengelola mulai memperhatikan hal tersebut sesuai penuturan Bapak Syamsul selaku kepala pasar, sebagai berikut :

“saya selaku pengelola pasar berusaha memberikan fasilitas yang nyaman kepada pedagang yang ada di pasar settoan, dengan cara menata ulang pengelompokan barang dagangan, karena hal tersebut sangat penting dilakukan dengan tujuan bisa membantu memudahkan pembeli ketika akan berbelanja. Apabila hal tersebut tidak dilakukan akan menyulitkan pembeli ketika akan berbelanja dan pasar akan terlihat seperti tidak terkelola dengan baik”.

(wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 08:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Menurut pendapat Ibu Andriyani mewakili pedagang rempah-rempah mengungkapkan adanya pengembangan pasar melalui penataan ulang pengelompokan barang dagangan, sebagai berikut :

“menurut saya adanya pengembangan pasar melalui penataan ulang pengelompokan barang dagangan sangat membantu saya dan pedagang lainnya karena yang asalnya tidak beraturan penataannya kini sudah tertata rapi dan sangat nyaman. Untuk tempat sudah lumayan bagus namun untuk keuntungan tidak ada peningkatan

bahkan semakin berkurang”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 10:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ibu Nahirah yaitu :

“Statregi pengembangan melalui penataan ulang pengelompokan barang dagangan yang dilakukan oleh pengelola pasar settoan sudah dilakukan dengan baik sehingga membantu kepada pembeli ketika akan berbelanja, namun untuk menambah keuntungan pedagang sangat tidak ada pengaruh”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 10:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan melalui menata ulang pengelompokan barang dagangan sudah dilaksanakan dengan baik dan dapat dibuktikan dari hasil wawancara yang dilakukan dengan pedagang yang ada di pasar settoan. Namun untuk menambah pendapatan pedagang masih belum tercapai.

5.1.2 Strategi Pengembangan Kualitas Pelayanan Pasar

Hasil dari pengumpulan data dengan observasi peneliti menemukan bentuk strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengelola pasar tradisional untuk meningkatkan kepuasan pedagang di pasar settoan melalui mendengarkan saran, aspirasi dan keluhan dari pedagang pasar settoan.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Syamsul selaku kepala pasar settoan, sebagai berikut :

“salah satu pengembangan yang dilakukan pengelola pasar adalah meningkatkan pelayanan berupa mendengarkan saran dan aspirasi yang dilaksanakan oleh petugas retribusi. Dimana petugas retribusi melakukan dengan cara megobrol santai dengan pedagang dan menanyakan masalah terkait omset bisnis pedagang, serta menampung sejumlah kritik dari para pedagang pasar”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 08:00 WIB, di Pasar Settoan Desa

Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Salah satu pedagang bernama Ibu Misnari mengatakan hal yang sama seperti yang diutarakan Bapak Syamsul yakni mengatakan :

“terkait mendengarkan keluhan, tindakan dari pengelola adalah dari petugas retribusi yaitu bapak Mas’ud yang sering menanyakan hasil penjualan dan keluh kesah ketika berdagang”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 10:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Penuturan pedagang lain bernama Ibu Junaida mengatakan :

“pada saat ingin menyampaikan keluhan, pedagang langsung menyampaikan kepada Bapak Mas’ud. Karena beliau yang menarik retribusi pasar, dan lantas juga terlibat secara langsung dan tidak tanggung dengan bapak Mas’ud, tapi tidak jarang juga mengkritik kepada petugas yang lain ketika ada di salah satu kios pedagang”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 10:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Dari hasil wawancara, langkah yang dilakukan pengelola pasar adalah dengan cara mendengarkan saran yang berupa aspirasi dan keluhan dari para pedagang yang penerapannya dilakukan oleh salah satu petugas pasar yaitu bapak mas’ud pada saat beliau melakukan tugas yaitu menarik retribusi pasar kepada pedagang pasar settoan.

5.1.3 Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Bentuk upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola pasar adalah strategi pengembangan dalam bentuk melakukan sosialisasi terhadap pedagang yang berisi langkah untuk pemberdayaan para pedagang pasar settoan, Bapak Syamsul selaku kepala pasar settoan mengatakan :

“pengelola pasar mengadakan kegiatan sosialisasi berupa pembinaan terhadap para pedagang yang dilakukan setiap tahun, berisi arahan mengenai pentingnya pelayanan yang baik kepada pengunjung, serta bagaimana agar pedagang ketika berjualan menjadi lebih ramai. Hal ini kami lakukan dengan harapan pedagang bisa terbantu dan bisa menerapkan ilmu barunya yang didapat dari kegiatan pembinaan ini”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 08:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Salah satu pedagang pasar bernama Ibu Andriyani juga mengatakan :

“salah satu kegiatan pembinaan adalah dengan petugas pasar memberikan sosialisasi kepada pedagang yang isinya bagaimana supaya pembeli tidak kecewa ketika berbelanja karena pelayanan yang tidak baik. Dan bagaimana supaya pelanggan bisa setia kepada pedagang. Dengan adanya pengembangan ini saya selaku pedagang sangat terbantu dan juga mendapatkan ilmu baru dari kegiatan pembinaan ini, namun kegiatan ini hanya dilakukan setiap tahun sehingga menurut saya kurang maksimal”. (wawancara dilakukan pada tanggal 18 Agustus 2022, pukul 10:00 WIB, di Pasar Settoan Desa Moncek Tengah Kecamatan Lenteng Sumenep).

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi seperti itu memang penting untuk diadakan, karena banyak ilmu baru yang bisa disalurkan kepada pedagang pasar settoan, sehingga ketika berjualan para pedagang pasar settoan tidak hanya berdagang seperti biasa, tetapi punya cara baru agar para pengunjung lebih tertarik untuk belanja dilapak pedagang pasar. Namun pengembangan ini masih kurang maksimal karena kegiatan sosialisasi dengan pemberdayaan kepada pedagang hanya dilakukan setiap tahun.

5.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Kebijakan pengembangan pasar tradisional disusun dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi dimasing-masing wilayah sehingga terjadi pemerataan perekonomian diseluruh wilayah khususnya masyarakat disekitar

Pasar Settoan Desa Moncek Tengah. Kebijakan ini disusun dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional sehingga aspek sosial sangat penting untuk mengakomodir kepentingan seluruh pihak yang terkait dan aspek fisik terkait dengan kondisi fisik pasar yang dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan pasar.

Manajemen sangatlah penting untuk menunjang tujuan dari sebuah rencana yang dibuat. Dengan kata lain, manajemen strategi pengembangan Pasar Settoan Desa Moncek Tengah haruslah dikonsepsikan secara matang, supaya hasil dari rencana tersebut dapat maksimal. Namun, jika manajemen tersebut gagal maka akan mengakibatkan ketidaksenangan serta ketidakpuasan yang terjadi sehingga menurunkan produktivitas.

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan maka yang didapat bahwa strategi pengembangan pasar settoan dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan telah berlangsung sesuai rencana dan memenuhi tiga bentuk pengembangan pasar yaitu strategi pengembangan sarana dan prasarana, strategi pengembangan kualitas pelayanan dan strategi pengembangan sumber daya manusia.

Berikut ini akan dijelaskan hasil penelitian strategi pengembangan pasar settoan dengan tiga bentuk strategi pengembangan pasar :

a. Strategi Pengembangan Sarana Dan Prasarana Pasar

Sarana dan prasarana yang ada di pasar settoan sebelum diadakannya pengembangan pasar sangat tidak terkelola dengan baik. Keadaan pedagang yang tidak tertata rapi bahkan saling berdesak-desakan, kondisi sebagian los sudah diperbaiki dan sudah ditempati. Namun, terdapat beberapa los dan kios

yang masih belum diperbaiki karena terkendala dengan dana. Sehingga pedagang terpaksa menempati bangunan tersebut. Kondisi pasar yang seperti ini sangat menyulitkan pembeli ketika akan berbelanja karena kios dan los yang tidak tertata dengan baik. Kondisi kamar mandi yang sudah lama tidak terpakai karena tidak terawat baik, begitu pula dengan tempat parkir yang belum disediakan oleh pengelola, sehingga banyak sekali pedagang maupun pembeli yang menempatkan kendaraanya secara tidak beraturan. kondisi pasar settoan juga sangat kotor karena tidak ada yang bertugas membersihkannya, sehingga banyak keluhan dari pedagang maupun pembeli.

Untuk menjawab permasalahan diatas maka pengelola pasar Settoan Desa Moncek Tengah melakukan Strategi untuk pengembangan sarana dan prasarana adalah dengan :

- 1) Memperbaiki bangunan los, kamar mandi dan tempat parkir

Memperbaiki bangunan los merupakan langkah yang dilakukan oleh pengelola pasar settoan ketika melakukan pengembangan pasar. Pihak pengelola selalu melaksanakan pemantauan jika ada bangunan los maupun kamar mandi yang perlu adanya perbaikan maupun renovasi. Pengelola pasar telah menyediakan Tempat parkir untuk pedagang maupun pembeli untuk menjaga kerapian pasar dan kendaraan lebih aman.

Dengan langsung tanggap akan hal itu, pengelola mempunyai harapan akan majunya pasar jika pengelolaan infrastruktur dikelola dengan baik. Karena tidak hanya pelaku pasar seperti pedagang yang terkena dampak jika terjadi sesuatu terhadap bangunan, akan tetapi juga pengunjung

pasar akan terdampak. Selain itu dilakukan agar keindahan estetika dari bangunan lebih baik dan pedagang menjadi puas dengan infrastruktur yang ada.

2) Menjaga kebersihan sarana dan prasarana

Pengembangan yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dari pedagang adalah menjaga kebersihan dari sisi sarana dan prasarana pasar settoan secara berkala. Yang dilaksanakan dengan cara membersihkan tempat-tempat yang penting di pasar settoan, seperti jalan maupun lingkungan pasar settoan dan penempatan tempat sampah disetiap sudut pasar. Lantas setelah itu, dibuang ketempat pembuangan sampah yang ada diluar pasar yang dilakukan petugas kebersihan. Namun petugas kebersihan di pasar settoan hanya satu orang sehingga petugas merasa kewalahan saat membersihkan pasar bahkan terkadang pedagang membantu petugas kebersihan membersihkan pasar settoan.

Kesadaran yang besar terkait masalah kebersihan pasar juga harus ada dari para pedagang, karena para pedagang harus turut serta mengenai pemeliharaan kebersihan sarana prasarana yang ada di pasar settoan.

3) Penataan ulang pengelompokan barang dagangan

Penataan ulang pengelompokan barang dagangan merupakan strategi pengembangan yang penting karena tujuan dari pengembangan ini adalah supaya memudahkan pedagang dan pembeli ketika akan berbelanja dan juga agar terlihat lebih menarik pengunjung.

Tempat para pedagang di pasar settoan desa moncek tengah ada 5

pengelompokan yaitu :

- a) Kios sebelah barat untuk berjualan makanan.
- b) Los sebelah utara untuk berjualan rempah-rempah dan sayuran.
- c) Los sebelah timur untuk berjualan ikan laut dan daging ayam dan sapi.
- d) Los sebelah selatan untuk berjualan sembako
- e) Los bagian tengah untuk berjualan pakaian.

Pengelompokan berdasarkan jenis barang yang dijual memudahkan pembeli untuk mencari yang diperlukan.

Hal ini faktor-faktor yang terkait dengan fasilitas fisik yang ada setelah adanya pengembangan Pasar Settoan Desa Moncek tengah diantaranya adalah pembaharuan bangunan los dan kamar mandi, menjaga kebersihan prasarana dan prasarana pasar dan menata ulang pengelompokan barang dagangan. Pasar Settoan Desa Moncek Tengah yang secara fisik sudah dilakukan oleh pengelola pasar. Berdasarkan pendapat pasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz (2012) mengungkapkan Kriteria yang paling penting dalam aspek fisik yaitu terciptanya kondisi pasar yang aman, nyaman dan bersih bagi konsumen, menciptakan pasar yang berdaya saing sehingga lebih kompetitif, dan mengurangi potensi konflik dengan masyarakat.

Begitu pula dengan teori kemampuan fisik oleh pasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz (2012), yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung atau wujud merupakan satu indikator

yang pling kongkrit, wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat terlihat.

Pada pengembangan pasar tradisional yang dapat mendukung pertumbuhan pasar tradisional yaitu dengan menciptakan kondisi pasar yang aman, bersih dan nyaman sehingga kondisi konsumen lebih suka berbelanja di pasar tradisional dibandingkan ditempat yang lain. Untuk menghadapi usaha-usaha lain seperti toko serba ada, mini market dan pasar swalayan maka pasat tradisional harus menjadi usaha yang kompetitif supaya tidak kalah dari usaha lain.

b. Strategi Pengembangan Kualitas Pelayanan Pasar

Pelayanan yang ada di pasar settoan sebelumnya sangat buruk karena fasilitas yang tidak memadai dan juga semua keluhan yang disampaikan para pedagang tidak ada yang menindaklanjuti, namun untuk menjawab permasalahan tersebut pihak pengelola pasar settoan mulai melakukan strategi pengembangan kualitas pelayanan sebagai berikut :

Adapun strategi pengembangan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak pengelola pasar settoan adalah Mendengarkan saran dan aspirasi pedagang. Langkah tindakan pengembangan pasar dengan cara mendengarkan saran, aspirasi dan keluhan dari pedagang merupakan salah satu aspek yang sangat penting terhadap pengembangan pasar kedepannya. Selain itu bisa menjalin hubungan sosial yang lebih baik antara pihak pengelola pasar dengan pedagang pasar settoan.

Mendengarkan saran, aspirasi dan keluhan dari pedagang merupakan

langkah yang dilakukan pengelola pasar settoan, langkah ini dilakukan untuk mengetahui apakah kebijakan yang sudah dilakukan pengelola pasar, sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pedagang pasar settoan, dengan mendengarkan keluhan dari pedagang sangatlah berguna bagi pengelola untuk menentukan pembuatan strategi yang dirasa perlu untuk dilaksanakan selanjutnya. Karena pedagang merupakan pihak yang mempengaruhi penentuan masalah strategi yang akan dilaksanakan oleh pengelola pasar. Jika memiliki hubungan baik maka pihak pengelola tentunya akan tahu tuntutan yang beragam. Kemudian apa yang menjadi tuntutan para pedagang pasar settoan akan terlaksana secara bertahap.

Oleh karena itu, penting sekali untuk memberi perhatian yang lebih terhadap hal semacam itu, karena aspek ini juga menunjukkan bahwasanya pengelola bersungguh-sungguh dalam bekerja dan berusaha memberikan layanan terbaik terhadap apa yang menjadi suatu tuntutan dari para pedagang.

c. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengelola pasar settoan sebelumnya tidak pernah mengadakan kegiatan sosialisasi dengan para pedagang yang berbentuk pembinaan, sehingga masih banyak pedagang yang kurang mengetahui bagaimana berdagang yang benar dan bagaimana memberikan pelayanan yang baik terhadap pembeli, sehingga banyak pembeli yang kurang tertarik untuk berbelanja di pasar settoan. Namun untuk mengatasi masalah tersebut pengelola pasar melakukan strategi pengembangan dengan cara Melakukan sosialisasi berupa kegiatan pemberdayaan kepada para pedagang.

Hasil observasi penelitian, pemberdayaan berbentuk sosialisasi pembinaan kepada para pedagang merupakan langkah yang dilakukan oleh pihak pengelola pasar settoan, isi dari program ini adalah pembinaan mengenai arahan seperti pentingnya pelayanan yang baik terhadap para pembeli, supaya pembeli yang berkunjung ke lapak kios dan los menjadi lebih betah dan harapan dari pihak pengelola pasar pengunjung menjadi lebih ramai. Serta pedagang banyak yang terbantu karena mendapatkan ilmu baru dengan adanya program tersebut.

Program pengembangan pada dasarnya pihak pelaku pasar seperti pedagang akan semakin terbantu . dikarenakan adanya ilmu-ilmu baru mengenai langkah agar berdagang menjadi semakin maju. Serta pada akhirnya diharapkan pendapatan dari pedagang pasar settoan semakin meningkat. Namun pembinaan belum maksimal dilakukan karena hanya dilakukan setiap tahun saja.

Tabel 5.1

Perbandingan kondisi pasar settoan sebelum dan sesudah dilakukan pengembangan

No	Sebelum	Sesudah
1	Jumlah bangunan los dan kios sedikit	Jumlah bangunan los dan kios bertambah
2	Kamar mandi tidak terawat dan tidak dapat digunakan	Kamar mandi di perbarui
3	Pedagang tidak tertata dengan baik	Pedagang tertata dengan baik berdasarkan jenis dagangan
4	Lingkungan pasar yang kotor	Lingkungan pasar sudah bersih

Sumber : Data Oleh Peneliti 2022

Setelah dilakukannya strategi pengembangan yang dilakukan pengelola pasar untuk meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang maka

berdasarkan pendapat pedagang pasar settoan, pedagang sudah merasa puas karena dengan strategi pengembangan tersebut mulai terciptanya kondisi pasar yang nyaman. Namun, untuk meningkatkan pendapatan pedagang masih belum tercapai.



BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan dan analisis yang telah dilakukan tentang strategi pengembangan pasar settoan dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang Desa Moncek Tengah Lenteng Sumenep, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan teori Pasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz (2012), Tiga bentuk strategi pengembangan pasar, yaitu :

1) Strategi pengembangan sarana dan prasarana pasar

Pengelola Pasar Settoan Desa Moncek Tengah menerapkan strategi pengembangan sarana dan prasarana dengan melakukan tiga hal yaitu memperbaiki bangunan los, kamar mandi dan tempat parkir, Menjaga kebersihan sarana dan prasarana pasar, Menata ulang pengelompokan barang dagangan. Setiap ada kerusakan langsung ditangani oleh pengelola pasar sehingga pedagang tidak lagi merasakan kekhawatiran terkena robohan bangunan. Namun kekurangan dari strategi ini kurangnya petugas kebersihan yang hanya satu orang saja, sehingga petugas merasa kewalahan ketika membersihkan pasar maka terkadang pedagang membantu petugas pasar membersihkan pasar.

2) Strategi pengembangan kualitas pelayanan pasar

Adapun strategi pengembangan kualitas pelayanan pasar yang dilakukan oleh pihak pengelola pasar settoan adalah Mendengarkan sarana, aspirasi dan keluhan dari pedagang pasar. Strategi ini dilakukan untuk mengetahui apa saja keluhan yang dialami para pedagang dan bisa memberikan pelayanan maksimal kepada pedagang.

3) Strategi pengembangan Sumber Daya Manusia

Strategi pengembangan yang dilakukan pengelola pasar settoan dalam pengembangan sumber daya manusia adalah Mengadakan sosialisasi berupa kegiatan pemberdayaan kepada pedagang pasar. Strategi ini bertujuan untuk membantu pedagang dalam mempelajari bagaimana memberikan pelayanan yang baik terhadap pembeli. Para pedagang sangat terbantu dengan kegiatan ini dan bisa menerapkan ilmu yang telah didapatkan untuk bisa menarik pelanggan dan bisa menambah pendapatan. Namun kegiatan pembinaan ini kurang maksimal karena hanya dilakukan setiap tahun.

Setelah dilakukannya strategi pengembangan yang dilakukan pengelola pasar untuk meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang maka berdasarkan pendapat pedagang pasar settoan, pedagang sudah merasa puas karena dengan strategi pengembangan tersebut mulai terciptanya kondisi pasar yang nyaman. Namun, untuk meningkatkan pendapatan pedagang masih belum tercapai.

6.2. Saran

1) Strategi pengembangan sarana dan prasarana pasar

Pengelola pasar diharapkan lebih maksimal lagi dalam mengembangkan sarana dan prasarana yang ada di pasar settoan. Sebaiknya pengelola pasar settoan menambah jumlah petugas kebersihan. Apabila hanya satu orang saja petugas kebersihan akan kewalahan saat membersihkan pasar.

2) Strategi pengembangan kualitas pelayanan pasar

Pengelola pasar diharapkan bisa terus mengembangkan pelayanan dengan menerima dan menindaklanjuti semua saran, aspirasi bahkan keluhan dari pedagang agar pedagang maupun pembeli bisa merasakan keseriusan kerja dari pengelola pasar settoan.

3) Strategi pengembangan sumber daya manusia

Pengelola pasar settoan diharapkan terus meningkatkan pembinaan terhadap para pedagang dan melakukan pembinaan tidak hanya setiap tahun karena hal tersebut kurang maksimal sebaiknya dalam satu tahun setidaknya dua kali.