

**STRATEGI PENGELOLAAN PASAR UMUM PANCOR
DALAM MENGHADAPI KEBERADAAN SUPERMARKET
DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR**



oleh
Ahmad Zainul
NIM 160203077

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2021**

**STRATEGI PENGELOLAAN PASAR UMUM PANCOR
DALAM MENGHADAPI KEBERADAAN SUPERMARKET
DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR**

Skripsi
diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Ekonomi



oleh
Ahmad Zainul
NIM 160203077

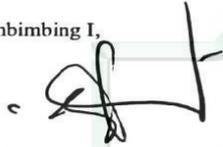
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Ahmad Zainul, NIM: 160203077 dengan judul "*Strategi Pengelolaan Pasar Umum Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur*" telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: Desember 2021

Pembimbing I,

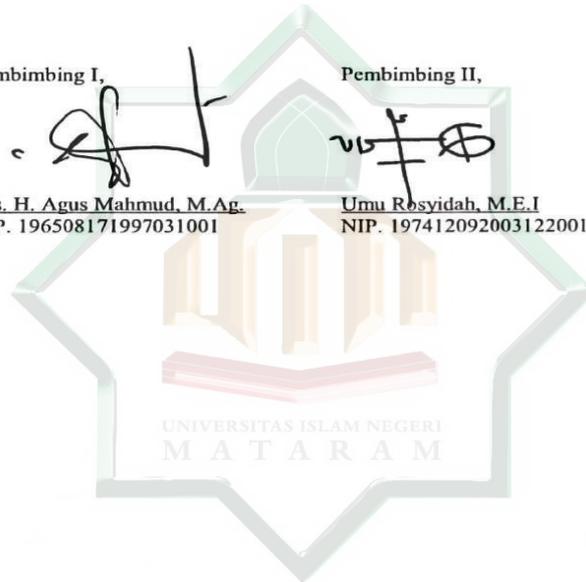


Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
NIP. 196508171997031001

Pembimbing II,



Umu Roesyidah, M.E.I
NIP. 197412092003122001



Perpustakaan UIN Mataram

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, Desember 2021

Hal: **Ujian Skripsi**

**Yang terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di Mataram**

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : Ahmad Zainul
NIM : 160203077
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Strategi Pengelolaan Pasar Umum Pancor dalam
Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten
Lombok Timur

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.
Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I,



Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag.
NIP. 196508171997031001

Pembimbing II,

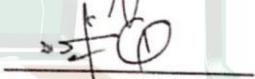
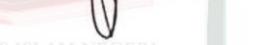


Umu Rosyidah, M.E.I
NIP. 197412092003122001

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Ahmad Zainul, NIM: 160203077 dengan judul "Strategi Pengelolaan Pasar Umum Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket Di Kabupaten Lombok Timur," telah dipertahankan didepan dewan penguji Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal:

Dewan Penguji

<u>Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag</u> (Ketua Sidang/ Pemb. I)	
<u>Umu Rosyidah, M.F.I</u> (Sekretaris Sidang/ Pemb. II)	
<u>Any Tsalatul Fitriyah, S.Si., M.Si</u> (Penguji I)	
<u>Didi Suwardi, M. Sc.</u> (Penguji II)	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

Perpustakaan UIN Mataram

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Ridwan Mas'ud, M.Ag
NIP. 197111102002121001



MOTTO



Perpustakaan UIN Mataram

“Hiduplah bagaikan air yang selalu memberi kehidupan dan jalani kehidupan dengan sabar dan ikhlas dalam setiap keadaan yang penuh dengan perjuangan untuk mencapai kesuksesan”

(B. J. Habibie)

PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua yang sangat saya hormati dan pastinya sangat saya sayangi, **Bapak Makmun dan Ibu Makyak (Inaq AS)**. Dengan segala ta'zhim, kerendahan dan kebanggaan hati kupersembahkan karya sederhana ini terkhusus kepada orangtua tercinta yang telah memberi arti dan warna dalam hidup saya. Terima kasih atas segala kasih sayang, semangat dan doa yang selalu engkau panjatkan anakmu ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam dan shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad, juga kepada keluarga, sahabat, dan semua pengikutnya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterliban berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu sebagai berikut.

1. Bapak Prof. Dr. H. Masnun Tahir, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Mataram yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu.
2. Bapak Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Mataram.
3. Bapak H. Bahrur Rosyid, M.M. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Mataram
4. Drs. H. Agus Mahmud, M.Ag. sebagai pembimbing I dan Umu Rosyidah, M.E.I sebagai pembimbing II yang memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail, terus-menerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya dalam suasana keakraban menjadikan skripsi ini lebih matang dan cepat selesai.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Mataram yang telah mengajarkan berbagai disiplin ilmu pengetahuan dan bantuan pada masa studi di Universitas Islam Negeri Mataram. Semoga dengan dengan ilmu yang telah diajarkan bermanfaat bagi penulis, masyarakat, agama dan bangsa.
6. Kedua orang tuaku Bapak Makmun dan Ibu Makyah yang selalu memberikan dukungan baik dukungan moril maupun material serta do'a-do'a untuk kesuksesanku sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Semua keluargaku, sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan baik dukungan moril maupun material serta doa yang kalian berikan.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat-ganda dari Allah SWT. dan semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi semesta. Aamiin.

Mataram, Desember 2021
Penulis,

Ahmad Zainul

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK (Indonesia, Inggris).....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1. Tujuan Penelitian.....	5
2. Manfaat Penelitian.....	6
D. Kajian Teori.....	7
1. Strategi.....	7
2. Pengelolaan.....	8
3. Pasar.....	10
4. Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional.....	13
5. Supermarket.....	17
E. Penelitian Terdahulu.....	18
F. Kerangka Berpikir.....	22
G. Metode Penelitian.....	24
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	25
3. Sumber Data.....	25
4. Instrumen Penelitian.....	25
5. Metode Pengumpulan Data.....	25
6. Teknik Analisis Data.....	26
7. Keabsahan Data.....	26
BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN.....	28
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	28
B. Paparan Data Penelitian.....	32
1. Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur.....	32
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengelolaan	

Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur.....	35
3. Dampak Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur.....	38
BAB III PEMBAHASAN.....	41
A. Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur.....	41
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur.....	51
1. Faktor Pendukung	51
2. Faktor Penghambat.....	52
C. Dampak Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur.....	54
BAB IV PENUTUP.....	57
A. KESIMPULAN.....	57
B. SARAN.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pasar Pancor Lombok Timur,
Gambar 2.2 Sarana-Prasarana Mushalla dan Area Parkir Pasar Pancor,



Perpustakaan UIN Mataram

STRATEGI PENGELOLAAN PASAR PANCOR DALAM MENGHADAPI KEBERADAAN SUPERMARKET DI KABUPATEN LOMBOK TIMUR

Oleh:

Ahmad Zainul
NIM 160203077

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perhatian penulis terhadap pesatnya perkembangan pasar modern khususnya supermarket di sekitar Pasar Pancor Lombok Timur. Fokus yang dikaji dalam penelitian skripsi ini adalah (1) bagaimana strategi pengelolaan Pasar Pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket di kabupaten Lombok Timur? (2) Apa faktor pendukung dan penghambat strategi pengelolaan Pasar Pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket di kabupaten Lombok Timur? (3) Bagaimana dampak strategi pengelolaan Pasar Pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket di kabupaten Lombok Timur? Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengelolaan Pasar Pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket di kabupaten Lombok Timur baik faktor pendukung, penghambat, dan dampaknya. Jenis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi pengelolaan Pasar Pancor dalam menghadapi supermarket di kabupaten Lombok Timur yaitu: pemeliharaan sarana dan prasarana, pengelolaan sampah pasar, pengelolaan keamanan, ketertiban, dan kebersihan pasar, renovasi-revitalisasi pasar, dan pembinaan pedagang dan staf manajemen pasar. (2) Faktor pendukung dan penghambat strategi pengelolaan Pasar Pancor yaitu: faktor pendukung adalah terjalinnya kerjasama yang baik antara pengelola dan pedagang, adanya kerjasama Pasar Pancor dengan instansi pemerintah dan swasta, dan tingginya animo masyarakat Lombok Timur dalam bertransaksi jual-beli di pasar Pancor dan faktor penghambatnya adalah kurang disiplinnya pedagang dalam kegiatan pembinaan dan berjualan, terbatasnya dana pinjaman modal bagi pedagang, dan tidak adanya paguyuban pasar. (3) Penerapan strategi pemeliharaan sarana-prasarana, pembinaan SDM Pasar, penataan keamanan, kebersihan, dan ketertiban, dan pembangunan/revitalisasi pasar memberi dampak positif terhadap eksistensi dan keberlangsungan Pasar Pancor.

Kata Kunci: Strategi, Pengelolaan, Pasar, Supermarket.

**PANCOR MARKET MANAGEMENT STRATEGY
IN DEALING WITH THE EXISTENCE OF SUPERMARKET
IN EAST LOMBOK DISTRICT**

By:
Ahmad Zainul
NIM 160203077

ABSTRACT

This research is motivated by the author's attention to the rapid development of modern markets, especially supermarkets around Pancor Market, East Lombok. The focus studied in this thesis research is (1) what is the management strategy of Pancor Market in dealing with the existence of supermarkets in East Lombok district? (2) What are the supporting and inhibiting factors for the Pancor Market management strategy in dealing with the existence of supermarkets in East Lombok district? (3) What is the impact of the Pancor Market management strategy in dealing with the existence of supermarkets in East Lombok district? The purpose of this study was to analyze the Pancor Market management strategy in dealing with the existence of supermarkets in East Lombok district, both the supporting factors, inhibiting factors, and impacts. This type of research uses a qualitative research approach. Data collection methods used are interviews, observation, and documentation studies. The results of this study are (1) Pancor Market management strategies in dealing with supermarkets in East Lombok district, namely: maintenance of facilities and infrastructure, management of market waste, management of security, order and market cleanliness, market renovations, and development of traders and market management staff. (2) The supporting and inhibiting factors for the Pancor Market management strategy are: the supporting factors are the establishment of good cooperation between managers and traders, the existence of Pancor Market cooperation with government and private agencies, and the high interest of the East Lombok community in buying and selling transactions at the Pancor market and The inhibiting factors are the lack of discipline of traders in coaching and selling activities, limited capital loan funds for traders, and the absence of market associations. (3) The implementation of the strategy for maintaining infrastructure, fostering market human resources, structuring security, cleanliness and order, and developing/revitalizing the market has a positive impact on the existence and sustainability of the Pancor Market.

Keywords: Strategy, Management, Market, Supermarket.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar merupakan salah satu sektor penopang perekonomian masyarakat. Pasar juga sudah menyatu dengan kehidupan masyarakat baik di pedesaan maupun perkotaan. Pasar bukan hanya tempat pedagang dan pembeli melakukan transaksi melainkan pasar juga tempat masyarakat melakukan interaksi sosial.¹ Masyarakat mengenal dua jenis pasar yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Keduanya memiliki karakteristik yang berbeda. Pasar tradisional lebih sederhana dan terdapat beberapa los atau tenda dengan lingkungan yang kurang kondusif. Barang dagangan didominasi barang-barang kebutuhan sehari-hari seperti sembako, daging, ikan, buah-buahan, sayur, pakaian, dan lain-lain. Tawar-menawar harga barang secara langsung antara penjual dan pembeli sebelum mencapai kesepakatan. Di pasar modern tidak ada proses tawar menawar harga karena semua barang yang disediakan dilabeli dengan harga dan dibarcod. Pembeli mudah menemukan barang-barang yang diperlukan karena penempatan barang terorganisir rapi. Disamping itu, pembeli juga dibantu pramuniaga selama berbelanja.²

Cepatnya pertumbuhan pasar modern di setiap daerah tentu tidak lepas dari konsekuensi gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang bukan

¹Muhammad Aziz Hakim, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*, (Jakarta: Renaisan PT. Krisna Persada, 2005), hlm. 97.

²Rapael Muhammad Santoso, "Analisis Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik", (*Skripsi*, FE Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2004), hlm. 62.

hanya di kota Metropolitan seperti Jakarta, Surabaya, dan Bandung melainkan juga di kota kecil seperti Mataram, Praya, dan Selong. Khusus di kabupaten Lombok Timur, *retail-retail* modern seperti minimarket dan supermarket sangat mudah ditemukan. Hampir setiap kecamatan ataupun desa, supermarket seperti Apollo, Grand Hero, Sinar Bahagia, Alfamart dan Indomaret sudah ada.

Pesatnya perkembangan supermarket di Lombok Timur menimbulkan permasalahan baru, yaitu persaingan pasar yang kompetitif antara pasar modern dan pasar tradisional, protes warga atas mudahnya izin operasional dan ekspansi pasar modern, adanya sentimen pelaku usaha kecil menengah kepada peritel kelas atas dan pemerintah daerah atas anggapan yang tidak berpihak kepada pedagang kecil, dan terbatasnya modal usaha pelaku usaha peritel kecil menengah menyebabkan tidak seimbangya persaingan pasar modern dan tradisional sehingga sebagian pedagang kecil di pasar tradisional sulit mengembangkan usaha dan omzetpun menjadi berkurang. Persoalan ini tentu dialami para pedagang tidak terkecuali di Pasar Umum Pancor kabupaten Lombok Timur.³

Dari hasil wawancara awal peneliti dengan Samsul Ridho selaku Kepala Pasar Pancor diketahui bahwa sebagian besar pedagang mengalami penurunan keuntungan sekitar 40%-60% semenjak banyaknya izin pembukaan supermarket seperti Indomaret dan Alfamart di Lombok Timur. Daya beli masyarakat juga mengalami penurunan di pasar tradisional di masa pandemi

³Didiek Saiful Supadie, *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*, (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2013), hlm. 26

Covid-19. Turunnya omzet pedagang juga dipengaruhi oleh berbagai masalah yang berkaitan dengan pengelolaan Pasar Pancor yang masih belum tertata dengan baik dan optimal. Misalnya, sarana dan prasarana pasar yang masih minim seperti mushalla dan toilet umum, lahan parkir, banyaknya pedagang kaki lima (PKL) di sekitar pasar yang dapat mengurangi pelanggan pedagang pasar, dan terbatasnya bantuan modal bagi para pedagang.⁴

Kondisi pasar tersebut secara tidak langsung memperkuat eksistensi supermarket. Apalagi masalah internal pasar belum teratasi dengan optimal oleh pengelola dan pemerintah baik dari segi infrastruktur, manajemen, strategi promosi, dan masalah PKL maka jangan heran jika pelanggan pasar tradisional beralih ke supermarket.⁵ Disatu sisi, pengelola mengatakan bahwa manajemen sudah menerapkan beberapa strategi pengelolaan pasar baik dari manajemen sumber daya manusia (SDM), lapak, pedagang, buruh pasar, dan sarana-prasarana pasar agar jumlah pelanggan dan omzet mengalami peningkatan, namun tidak semua strategi pengelolaan yang diterapkan manajemen berjalan dengan baik.⁶

Selain itu, hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia mengalami permasalahan yang sama dengan dengan Pasar Umum Pancor, di mana banyak pasar mengalami gulung tikar hingga tahun 2006. Berdasarkan data AC Nielsen, pasar di Indonesia mengalami pertumbuhan mencapai 31,4% per tahun sedangkan pasar tradisional menyusut hingga 8,1% per tahun. Merujuk

⁴Samsul Ridho (Kepala Pasar Pancor), *Wawancara*, Pancor, 7 Oktober 2020.

⁵Rusham, "Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan "Optimal"*, Vol.10, Nomor 2, September 2016, hlm. 153-166.

⁶Samsul Ridho (Kepala Pasar Pancor), *Wawancara*, Pancor, 7 Oktober 2020.

pada data tersebut tentu sangat memperhatikan jika pasar tradisional harus *face to face* dengan pasar modern. Tentu, akan lebih tragis lagi jika pemerintah apatis terhadap nasib para pedagang dan perkembangan pasar tradisional yang merupakan bagian dari sumber ketahanan ekonomi masyarakat.⁷

Pada dasarnya eksistensi pasar tradisional ditentukan oleh solidnya kerjasama pemerintah, pengelola, dan semua sumber daya pasar. Oleh karena itu, peran pemerintah kabupaten Lombok Timur sebagai regulator dapat mewadahi semua aspirasi masyarakat tanpa ada yang merasa dirugikan. Pemerintah diharapkan juga mampu mengayomi dan memberdayakan peritel kelas kecil-menengah untuk dapat bekerjasama dengan peritel kelas atas dalam memberdayakan semua potensi pasar.

Selain peran pemerintah, peran pihak Pengelola Pasar Pancor juga sangat vital dalam menjaga eksistensi pasar di tengah keberadaan supermarket atau minimarket di kabupaten Lombok Timur. Oleh karena itu, pengelola pasar harus dapat berpikir inovatif dalam menentukan dan menjalankan strategi pengelolaan pasar baik dalam menjaga kualitas barang, kestabilan harga, lapak, dan strategi promosi pasar dalam menjaga eksistensi dan daya saing Pasar Pancor dengan supermarket.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik melakukan suatu penelitian lebih mendalam mengkaji strategi pengelola pasar dalam pengelolaan pasar Pancor dalam menjaga eksistensi pasar di tengah

⁷Sinaga Pariaman, "Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional". *Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM*, Nomor 1, Tahun 1-2006, hlm. 8.

keberadaan meningkatnya jumlah supermarket atau minimarket di kabupaten Lombok Timur dengan judul: “Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengelolaan pasar yang dijalankan Pengelola Pasar dalam menjaga eksistensi Pasar Umum Pancor Lombok Timur terhadap keberadaan supermarket?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat yang dihadapi Pengelola Pasar dalam menjalankan strategi pengelolaan Pasar Umum Pancor Lombok Timur menghadapi keberadaan supermarket?
3. Bagaimana dampak strategi pengelolaan pasar yang dijalankan Pengelola Pasar dalam menjaga eksistensi Pasar Umum Pancor Lombok Timur terhadap keberadaan supermarket?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui strategi pengelolaan pasar yang dilakukan oleh Pengelola Pasar dalam menjaga eksistensi Pasar Umum Pancor Lombok Timur terhadap keberadaan supermarket.

- b. Untuk mengetahui faktor pendorong dan faktor penghambat yang dihadapi Pengelola Pasar dalam menjalankan strategi pengelolaan Pasar Umum Pancor Lombok Timur menghadapi keberadaan supermarket.
- c. Untuk mengetahui dampak strategi pengelolaan pasar yang dijalankan Pengelola Pasar dalam menjaga eksistensi Pasar Umum Pancor Lombok Timur terhadap keberadaan supermarket

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam pengembangan wawasan dan khazanah keilmuan khususnya dalam strategi pengelolaan pasar tradisional.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengelola dan pedagang pasar, yaitu:

1. Pengelola Pasar Umum Pancor: hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan dalam menentukan kebijakan terkait strategi pengelolaan pasar dalam upaya menjaga eksistensi pasar tradisional di tengah keberadaan supermarket.
2. Pedagang Pasar Umum Pancor: hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil suatu keputusan

terkait strategi kualitas barang dan harga yang terjangkau bagi pelanggan.

D. Kajian Teori

Berikut adalah beberapa teori yang terkait dengan penelitian ini, yaitu:

1. Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *stratos* yang berarti tentara dan *ago* berarti pemimpin. Arti strategi dalam dunia militer adalah pengetahuan dalam merencanakan dan eksekusi operasi-operasi militer berskala besar dalam mengarahkan pasukan ke posisi yang ideal sebelum pertempuran. Makna kata strategi berkaitan dengan erat tujuan akhir sedangkan istilah taktik berkaitan erat dengan tujuan menengah.⁸

Strategi adalah cara yang ditempuh dalam mencapai tujuan berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap faktor internal dan eksternal. Makna strategi dalam organisasi bisnis adalah cara dalam memperoleh keuntungan yang besar. Dalam organisasi non bisnis, strategi bermakna cara untuk memuaskan anggotanya. Adapun pada organisasi pemerintahan, strategi merupakan cara untuk dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada masyarakat.⁹

Merumuskan strategi suatu organisasi merupakan aktivitas yang berkaitan dengan penetapan tujuan strategi dan mengalokasikan/menyesuaikan sumber daya dengan peluang (strategi

⁸Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm. 334.

⁹Sjafrizal, *Ekonomi Regional*, (Jakarta: Niaga Swadaya, 2008), hlm. 209.

berbasis sumber daya) sehingga dapat mencapai kesesuaian yang efektif. Penerapan strategi bergantung pada kapabilitas strategi organisasi yang direncanakan dan dijalankan berdasarkan kemampuan baik dalam memformulasikan, mengembangkan, dan menerapkan rencana strategi dalam mencapai tujuan strategi yang ditetapkan manajemen.¹⁰

Berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu pilihan cara untuk melakukan aktivitas dalam menjalankan suatu misi untuk mencapai tujuan atau visi yang telah ditetapkan suatu organisasi atau lembaga.

2. Pengelolaan

a. Pengertian Pengelolaan

Kata pengelolaan atau manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu *management* yang berarti pengelolaan. Pengelolaan merupakan suatu proses yang didesain seseorang atau lembaga dalam mencapai tujuan tertentu.¹¹ Menurut Parker pengelolaan adalah seni dalam melakukan suatu pekerjaan melalui sekelompok orang-orang atau lembaga. Makna pengelolaan dalam arti luas adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan suatu sumber daya organisasi dalam memperoleh tujuan secara efektif dan efisien sedangkan dalam arti

¹⁰Philip Kotler dan Gary Armstrong, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Intermedia, 1996), hlm. 42.

¹¹Muhammad Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2009), Cetakan Ke-2, hlm. 9.

sempit pengelolaan merupakan suatu kegiatan pengelolaan program sekolah/madrasah.¹²

b. Fungsi Pengelolaan

Kegiatan pengelolaan dalam suatu lembaga atau usaha tentu memiliki suatu fungsi-fungsi yang bertujuan dalam mencapai target yang diinginkan. Adapun fungsi-fungsi pengelolaan, yaitu:

- 1) *Planning*, yaitu menentukan tujuan-tujuan yang hendak dicapai selama masa yang akan datang dan apa yang harus diperbuat agar dapat mencapai tujuan-tujuan itu.
- 2) *Organizing*, yaitu pengelompokan dan menentukan berbagai kegiatan penting dan memberikan kekuasaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan itu.
- 3) *Staffing*, yaitu bentuk kegiatan dalam menentukan keperluan-keperluan sumber daya manusia, pengarahan, penyaringan dan pengembangan tenaga kerja.
- 4) *Motivation*, yaitu segala sesuatu yang dapat mengarahkan atau menyalurkan perilaku manusia kearah tujuan-tujuan.
- 5) *Controlling*, yaitu suatu aktivitas yang dapat mengukur pelaksanaan dengan tujuan-tujuan, menentukan sebab-sebab, penyimpangan-penyimpangan dan mengambil tindakan-tindakan korelatif.¹³

¹²Husaini Usman, *Manajemen: Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 5.

¹³ Siswanto, *Pengantar Akuntansi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hlm. 42

3. Pasar

a. Pengertian Pasar

Pasar secara sempit dapat diartikan sebagai tempat pertemuan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Secara luas pasar merupakan proses dimana penjual dan pembeli saling berinteraksi untuk mendapatkan harga keseimbangan atau kesepakatan atas tingkat harga berdasarkan permintaan dan penawaran. Jika menggunakan pemahaman diatas, tidak perlu ada pertemuan antara penjual dan pembeli secara langsung. Hal ini dapat dilihat pada pasar saham.¹⁴ Pengertian pasar secara luas, yakni suatu proses dimana penjual dan pembeli saling berinteraksi untuk menetapkan harga keseimbangan. Pasar merupakan salah satu elemen masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan.¹⁵

Pasar adalah tempat atau keadaan yang mempertemukan antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) untuk setiap jenis barang, jasa, atau sumber daya. Pembeli meliputi konsumen yang membutuhkan barang dan jasa, sedangkan bagi industri membutuhkan tenaga kerja, modal dan barang baku produksi baik untuk memproduksi barang maupun jasa. Penjual termasuk juga untuk industri menawarkan hasil produk atau jasa yang diminta oleh pembeli. Pekerja menjual tenaga dan keahliannya, pemilik lahan menjual atau menyewakan asetnya, sedangkan pemilik modal menawarkan

¹⁴ Alam S, *Ekonomi untuk SMA dan MA Kelas X*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 126.

¹⁵ Hari Waluyo, *Pasar Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Belanja*, (Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006), hlm. 43.

pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Secara umum semua orang akan berperan ganda yaitu sebagai penjual dan pembeli.¹⁶

Pasar secara fisik merupakan tempat pemusatan antara pedagang tetap dan tidak tetap baik dalam ruangan terbuka maupun tertutup sedangkan secara sosiologis dan kultural, arti filosofis sebuah pasar adalah bukan hanya tempat jual beli barang dan jasa antara penjual dan pembeli, melainkan tempat masyarakat untuk berinteraksi sosial satu sama lain dalam melakukan diskusi informal.¹⁷

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan suatu tempat untuk melakukan proses interaksi sosial dan transaksi jual beli barang dan jasa antara pembeli dan pedagang.

b. Pasar tradisional

Peraturan Presiden Republik Indonesia nomer 112 tahun 2007 mendefinisikan pasar tradisional sebagai pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar. Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, pasar tradisional merupakan wadah utama penjualan produk-produk kebutuhan pokok

¹⁶Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Kelima*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.6.

¹⁷Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Mizan, 1999), Cetakan ke-6, hlm. 61.

yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala kecil serta mikro. Salah satu pelaku di pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengerajin dan *home indutry* (industri rumahan).¹⁸

Setiap pasar tradisional di suatu daerah akan dikelola oleh suatu sekelompok orang di bawah manajemen yang terorganisir yang diberi amanah oleh pemerintah daerah untuk mengelola dan menjaga keberlangsungan aktivitas dan nama baik pasar di masyarakat. Pada pasar tradisional sebagian besar pedagang menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik, jasa, dan barang lainnya. Selain itu, pasar tradisional juga menjual kue-kue tradisional dan makanan khas nusantara lainnya.

Sistem yang terdapat pada pasar ini dalam proses transaksi adalah pedagang melayani pembeli yang datang ke stand mereka, dan melakukan tawar-menawar untuk menentukan kata sepakat pada harga dengan jumlah yang telah disepakati sebelumnya. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan pemukiman agar memudahkan pembeli agar mencapai pasar, pasar tradisional biasanya ada dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

¹⁸Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.

4. Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional

a. Strategi Pengelolaan Pasar

Strategi pengelolaan pasar merupakan suatu tentang ide atau gagasan yang disertai dengan tindakan nyata yang dilakukan oleh para pengelola suatu pasar. Dalam pengelolaan pasar, manajemen akan melakukan proses aktivitas yang meliputi kegiatan koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga pekerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif. Dari manajemen pengelolaan, pasar dibagi menjadi dua kategori yaitu pasar tradisional dan pasar modern.¹⁹

Adapun prinsip-prinsip strategi pengelolaan pasar yaitu prinsip efisiensi dan efektifitas, pengelolaan, pengutamaan tugas pengelolaan, kepemimpinan yang efektif, dan kerjasama.²⁰

b. Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional

Strategi manajemen pasar tradisional meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Pengelolaan pasar merupakan proses penataan pasar yang terdiri atas perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian. Pemberdayaan pasar merupakan usaha yang dilakukan pemerintah daerah dalam mengembangkan dan menjaga eksistensi

¹⁹ Stephen Mary Colter, *Manajemen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010), hlm. 7.

²⁰ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*, (Jakarta: PT Toko Gunung, 2005), hlm. 38.

pasar tradisional agar dapat berkembang dan bersaing dengan pasar modern.²¹

Dalam pengelolaan pasar tradisional sangat penting memperhatikan perencanaan selain kelembagaan pasar itu sendiri. Bagian perencanaan suatu manajemen pasar tradisional meliputi beberapa tahapan, yaitu: 1) Bupati/Walikota melalui kepala SKPD melakukan perencanaan pasar tradisional, 2) Perencanaan pasar tradisional terdiri atas: perencanaan fisik yaitu penentuan lokasi, sarana, dan prasarana dan perencanaan non fisik. Perencanaan fisik berlaku untuk pembangunan pasar baru sedangkan perencanaan non fisik berlaku untuk revitalisasi pasar lama, 3) Dalam penentuan lokasi harus mengacu pada RT/RW Kabupaten/Kota, dekat atau tidak dengan pemukiman penduduk atau pusat aktivitas ekonomi masyarakat, ada atau tidak tersedianya sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan Ibu kota Kabupaten/Kota, Kecamatan dengan lokasi pasar baru yang akan dibangun, 4) Segi fasilitas bangunan dan tata letak pasarpun harus terdiri atas beberapa toko/kios/los yang dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu, akses menuju pasar dapat dijangkau dari segala arah jalan, pencahayaan dan sirkulasi udara yang, desain penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan, dan desain bangunan pasar disesuaikan dengan karakteristik budaya daerah, dan 5) Tersedianya sarana pendukung pasar yang terdiri atas

²¹Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

ruangan kantor pengelola, area parkir, tempat pembuangan sampah, sarana pengelolaan sampah, air bersih, sanitasi/drainase, tempat ibadah, toilet umum, pos keamanan, sarana pengelolaan limbah/instalasi pengelolaan air limbah, hidran dan fasilitas pemadam kebakaran, sarana komunikasi, dan area bongkar muat dagangan.

c. Strategi Pengelola Pasar Tradisional

Salah satu tugas pokok pengelola pasar adalah mengawasi proses kegiatan pasar. Pengelola harus mampu menjaga keharmonisan dan kondusifnya suasana pasar baik antar pedagang di pasar dan mengawasi semua aktivitas yang terjadi di dalam pasar. Tujuan dari pengawasan adalah mencegah terjadinya kezaliman dengan yang dilakukan para pedagang ke pembeli atau sebaliknya dengan cara mengontrol alat timbang, takaran, ukuran, dan berbagai alat dagang lainnya. Pengelola juga berhak melarang terjadinya rekayasa harga dan perdagangan barang-barang haram yang dilarang di perjual belikan di pasar. Selain itu, pengelola harus dapat mencegah dan melarang terjadi praktik perdagangan yang diharamkan agama dan hukum negara yang berlaku, dan pencegahan pendapatan keuntungan yang berlebihan. Hal ini dilakukan sebagai bentuk pelaksanaan wewenang pengelola dalam pengawasan perdagangan.²²

Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan supermarket adalah bagian dari tugas dan fungsi pengelola dalam

²² Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2007),

pengelolaan pasar. Oleh karena itu, pengelola harus mengetahui pentingnya peranan pasar tradisional dalam membangun ketahanan ekonomi masyarakat agar para anggotanya memahami permasalahan pasar baik masalah internal maupun eksternal dan mampu menetapkan strategi serta menjalankan strategi pengelolaan tersebut. Hal ini dilakukan sebagai bentuk usaha mempertahankan eksistensi dan meningkatkan potensi pasar tradisional sebagai penggerak ekonomi masyarakat.

Pengelola pasar juga diharapkan dapat menghasilkan ide-ide strategi pengelolaan pasar yang inovatif dan efektif dalam membangun citra positif pasar tradisional di masyarakat. Di mana strategi yang diterapkan dapat membuat pasar tradisional bertahan dan hidup dalam persaingan *kompetitif* yang sehat dengan pasar modern. Selain itu, pengelola juga terampil dalam menganalisis kekuatan dan kelemahan pesaing dalam usaha pasar dan dapat membuat persepsi yang baik tentang pasar di mata pelanggan baik dari segi kualitas dan kuantitas barang, promosi, harga, pelayanan, kebersihan, dan kenyamanan pasar agar tujuan pengelolaan pasar dapat tercapai dengan maksimal.²³

5. Supermarket

Supermarket merupakan salah satu bentuk pasar modern. Pada dasarnya tidak banyak yang berbeda dengan pasar tradisional, namun di supermarket penjual dan pembeli tidak dapat melakukan proses tawar

²³ Suyanto, *Marketing Strategy* (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 16

menawar harga karena setiap barang dan jasa yang disediakan dan dipasarkan sudah dilabeli dengan *barcode* dan harga. Pembeli juga akan sangat mudah menemukan barang-barang yang dibutuhkan karena penempatan barang-barang di supermarket sudah ditempatkan berdasarkan jenis dan kelompok barang. Untuk membantu pelayanan kepada pembeli atau pelanggan maka pihak pengelola menempatkan para pramuniaga yang siap bertugas dan membantu para pembeli yang membutuhkan bantuan.

Selain dari segi lokasi, bangunan, kebersihan, dan kenyamanan, salah satu faktor yang membuat para pembeli berkunjung ke supermarket adalah adanya sistem diskon, promo, dan penggunaan digital dalam bertransaksi. Hal ini tentu akan menarik minat para calon pelanggan untuk berbelanja ke supermarket. Secara umum barang-barang yang dijual di supermarket lebih tahan lama dan lebih baik dari kemasan, higienis, dan kualitas meskipun harga yang ditetapkan terkadang lebih mahal dari harga di pasar tradisional.²⁴

Berbeda dengan supermarket, pasar tradisional sejatinya memiliki keunggulan yang bersifat natural yang tidak dimiliki supermarket. Berikut beberapa keunggulan pasar tradisional, yaitu: lokasi strategis, area penjualan yang luas, keragaman barang, harga yang cukup rendah, terjadinya sistem tawar-menawar antara pembeli dan pedagang sebelum mencapai kesepakatan harga, terciptanya suasana kekeluargaan dan interaksi sosial yang dinamis antara pengelola, pedagang, dan pembeli.

²⁴Akhmad Mujahidin, *Wewenang Hisbah Dalam Transaksi Perdagangan*, (Pekanbaru: Susuka Press 2007), hlm. 110.

Meskipun demikian pasar tradisional juga memiliki kelemahan, di antaranya, yaitu: umumnya keamanan dan kenyamanan pasar tradisional belum optimal, terjadinya malapraktik jual beli dagangan yang haram, dan terbatasnya sarana pelayanan publik seperti tempat ibadah, toilet, dan pos penjagaan.

Kehadiran supermarket di Indonesia yang semakin berkembang dari tahun ke tahun tentu akan menekan keberadaan pasar tradisional pada titik terendah dalam beberapa tahun mendatang. Perlu diingat supermarket umumnya dikuasai oleh peritel asing dan konglomerat lokal sehingga memperkuat eksistensi mereka dalam mengambil alih dan menggantikan peran pasar tradisional yang mayoritas dikuasai masyarakat menengah ke bawah. Untuk mengantisipasi hal tersebut maka perlu adanya langkah nyata dari pengelola dan pedagang pasar tradisional agar dapat mempertahankan pelanggan, omzet, dan keberlangsungan usaha mereka dengan mengembangkan dan melaksanakan rencana strategi pengelolaan yang efektif dan efisien.²⁵

E. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian ini mengacu pada kajian penelitian-penelitian terdahulu yang bersesuaian dengan rencana penelitian ini, yaitu:

- I.** Studi Istijabatul Aliyah yang berjudul “*Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan*”

²⁵ Philip Kotler, *Menejemen Pemasara*, (Erlangga.1990), hlm.118.

Pembangunan Ekonomi Kerakyatan” tahun 2014, hasil penelitian ini adalah adanya sinergi antara pasar modern dan tradisional dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya pedagang.²⁶

Persamaan penelitian di atas dengan rencana penelitian ini adalah sama-sama mengkaji dan menganalisis pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaannya, pada penelitian di atas fokus mengkaji pengaruh keberadaan pasar tradisional dan pasar modern terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat atau pedagang sedangkan pada penelitian ini fokus pada strategi pengelolaan pasar Pancor terhadap keberadaan supermarket.

2. Studi Sugeng Widodo & Ferdina Watiningsih yang berjudul “*Peran Pasar Tradisional dan Pasar Kontemporer Sebagai Karakteristik Bangsa dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Lingkungan Kota Tangerang Selatan*” Tahun 2020, hasil penelitian ini adalah masyarakat sekitar pasar kurang mendapat keuntungan dari keberadaan pasar tradisional sehingga masyarakat mencari pekerjaan atau melakukan usaha di pasar tradisional tersebut. Adanya hubungan yang tidak baik antara masyarakat, pemerintah daerah dan pengelola pasar tradisional sehingga sering terjadi konflik..²⁷

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis dampak keberadaan tradisional dan pasar modern terhadap

²⁶Istijabatul Aliyah, “Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan”, *Jurnal Arsitektur Universitas Bandar Lampung*, Vol 4, No. 2, Juni 2014, hlm. 23-30.

²⁷Sugeng Widodo & Ferdina Watiningsih, “Peran Pasar Tradisional dan Pasar Kontemporer Sebagai Karakteristik Bangsa dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Lingkungan Kota Tangerang Selatan”, *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, Vol. 2, No.1 Februari 2020, hlm. 95-107.

kesejahteraan masyarakat khususnya pedagang. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian yaitu pada penelitian ini menganalisis strategi pengelolaan Pasar Pancor terhadap keberadaan pasar modern seperti supermarket ataupun minimarket baik dari segi faktor pendukung maupun faktor penghambatnya.

3. Studi Rusham yang berjudul “*Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi*” tahun 2016, hasil penelitian ini menyatakan bahwa pertumbuhan pasar modern sangat cepat dan signifikan dibandingkan pertumbuhan pasar tradisional di kabupaten Bekasi. Namun, secara umum keberadaan pasar modern seperti supermarket dan hypermarket tidak terlalu berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional di Bekasi. Hal ini dapat dilihat dari antusiasme masyarakat Bekasi secara umum masih memilih pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam bertransaksi jual-beli barang atau jasa.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji dampak keberadaan pasar modern terhadap eksistensi pasar tradisional. Perbedaannya adalah pada rencana penelitian ini berlokasi di kabupaten Lombok Timur. Selain itu, pada penelitian ini, peneliti mengkaji strategi pengelolaan pasar tradisional dalam menghadapi keberadaan pasar modern.²⁸

²⁸Rusham, “Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan “Optimal”*, Vol.10, No. 2, September 2016, hlm. 153-166.

4. Studi Sadino & Joesron Alie Syahbana yang berjudul “*Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan*” tahun 2014, hasil penelitian ini menyatakan bahwa pasar modern lebih unggul dari pasar tradisional jika dilihat dari faktor jangkauan pelayanan, persepsi pembeli, dan kondisi fisik pasar dibandingkan dengan pasar tradisional. Namun, pasar tradisional unggul dari pasar modern jika dilihat segi preferensi barang dagangan.²⁹

Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pasar tradisional dan pasar modern. Perbedaannya, penelitian di atas fokus pada perbandingan kualitas pasar baik pasar tradisional maupun pasar modern. Penelitian ini menekankan pada strategi pengelolaan pasar tradisional dalam menjaga keberlangsungan pasar terhadap keberadaan supermarket.

5. Studi Muhamad Ihsan Hidayatullah yang berjudul “*Pengaruh Keberadaan Ritel Modern Terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Samarinda Ulu Kota Samarinda*” tahun 2019, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perubahan omset, jam operasional, dan jumlah pedagang pasar tradisional setelah keberadaan ritel modern seperti supermarket dan minimarket di kota Samarinda.³⁰

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar

²⁹Sadino & Joesron Alie Syahbana, “Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan”, *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, Vol 10, No. 2, Juni 2014, hlm.205-217.

³⁰Muhamad Ihsan Hidayatullah yang berjudul “Pengaruh Keberadaan Ritel Modern Terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Samarinda Ulu Kota Samarinda”, *Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman*, Vol. 4, No. 1, 2019.

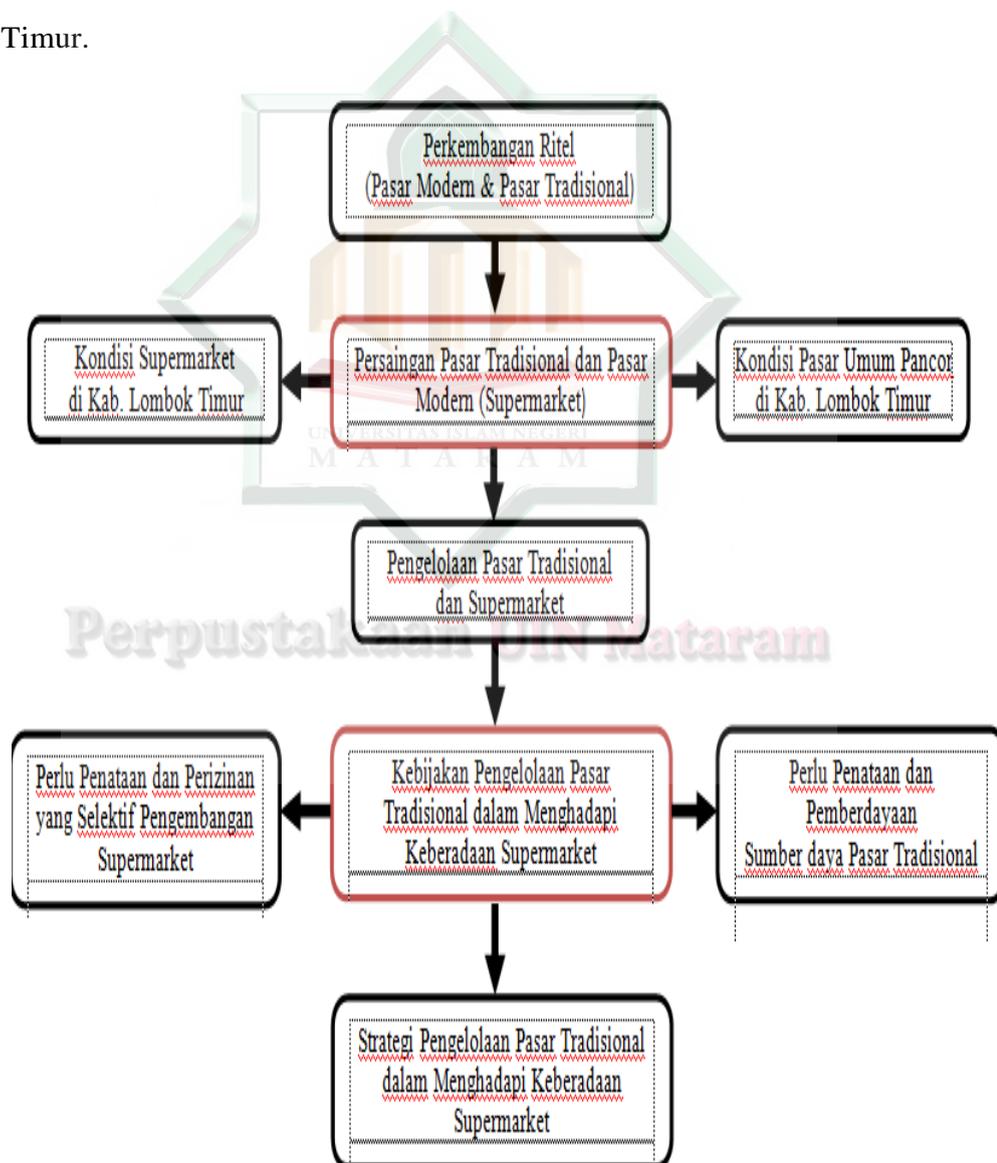
tradisional. Perbedaannya, penelitian di atas menganalisis pengaruh keberadaan pasar modern terhadap omzet, jam operasional, dan jumlah pelanggan pasar tradisional setelah keberadaan pasar modern sedangkan penelitian ini menganalisis strategi pengelolaan pasar tradisional terhadap keberadaan supermarket.

F. Kerangka Berpikir

Pesatnya pertumbuhan supermarket di Kabupaten Lombok Timur mengakibatkan persaingan pasar modern dan pasar tradisional terasa semakin nyata di masyarakat. Hal ini memberi dampak yang signifikan pada pelaku pasar Pancor terutama pengelola, pedagang, pembeli, atau pekerja pasar lainnya. Hal ini dapat dilihat dari kondisi pasar Pancor yang semakin sepi dari pembeli, tutupnya lapak pedagang, dan turunnya omzet pedagang. Strategi pengelolaan pasar Pancor juga belum optimal dalam menjaga eksistensi pasar.

Umumnya sarana dan prasarana pasar Pancor juga masih kumuh, kurang kondusif baik dari kebersihan dan kenyamanan, minimnya fasilitas umum seperti toilet dan musolla, atau tempat beristirahat, dan kurang tertatanya area parkir. Situasi ini mempersulit eksistensi pasar Pancor dalam bersaing dengan supermarket. Oleh karena itu, pengelola pasar Pancor harus aktif dalam mentransformasi pasar ke arah yang lebih baik dan maju baik dari strategi promosi, pengelolaan, pemberdayaan SDM, dan infrastruktur pasar. Selain itu, menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah khususnya di lingkungan kabupaten Lombok Timur dalam menekan laju pertumbuhan pasar modern

dengan pemberian izin yang selektif kepada pelaku ritel modern agar pasar tradisional punya ruang dan waktu dalam berbenah menuju pasar tradisional yang lebih bersaing dan nyaman bagi masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli barang dan jasa. Kebijakan ini tentu akan membantu banyak pasar tradisional untuk berkembang dan bersaing dalam menjaga eksistensi pasar di tengah keberadaan pasar modern atau supermarket di kabupaten Lombok Timur.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan penelitian kualitatif. Studi kasus merupakan penelitian yang dilakukan secara mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga, atau gejala-gejala lainnya.³¹ Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang lebih didasarkan pada proses penyelidikan dan penyelesaian masalah sosial dengan merujuk pada landasan teori-teori yang terkait sebagai pedoman agar fokus penelitian sesuai dengan fakta lapangan.³²

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan dalam rentang bulan April-Mei 2021. Lokasi penelitian di Pasar Pancor Kabupaten Lombok Timur.

3. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data penelitian ini adalah data kualitatif. Data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata-kata atau verbal dan bersifat deskriptif.

b. Sumber Data

Sumber data penelitian ini yaitu: data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi dengan pihak pengelola Pasar Pancor, pedagang, dan pembeli terhadap strategi pengelolaan pasar baik dari kondisi fisik pasar dan SDM pasar.

³¹Suharsimi Aikunto, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik: Edisi Revisi V*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm 120.

³²Surahmat, *Dasar dan Teknik Riset*, (Bandung: Tarsito, 1998), hlm. 35.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen utama penelitian ini yaitu peneliti yang bertindak sebagai perencana tindakan, pelaksana tindakan, pengumpul data, penganalisa data, penafsir data, dan pelapor hasil data.³³ Instrumen pendukung yaitu pedoman wawancara dan dokumentasi. Alat pengumpulan data adalah kamera dan *handphone* (HP).

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu: 1) Observasi, peneliti mengamati langsung lokasi penelitian. Data yang akan dikumpulkan berupa keadaan lokasi penelitian, pelaksanaan strategi pengelolaan pasar, 2) Wawancara, peneliti akan mewawancarai beberapa informan, antara lain: pengelola, pedagang, dan pembeli, dan 3) Studi dokumentasi, peneliti mengumpulkan dokumentasi aktivitas pasar Pancor yang berkaitan dengan pengelolaan pasar dalam menghadapi keberadaan supermarket.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif. Aktivitas analisis data penelitian ini, yaitu: 1) reduksi data, peneliti melakukan reduksi data dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan dicari tema beserta polanya, 2) penyajian data, data penelitian dapat disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya.

³³Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 64

Penyajian data penelitian ini dalam bentuk teks naratif untuk mendisplay data agar mudah dipahami, dan 3). *Conclusion Drawing* atau *Verification*, Berdasarkan data temuan yang diperoleh kemudian dikategorikan dicari tema dan polanya kemudian ditarik kesimpulan.³⁴

7. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.³⁵ Uji kredibilitas data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*.³⁶

Adapun rangkaian aktivitas uji keabsahan data pada penelitian ini adalah:

1). Perpanjangan pengamatan.

Jika kondisi data yang diperlukan masih kurang maka dilakukan perpanjangan masa pengamatan. Perpanjangan dilakukan untuk memperoleh data yang eligible dan valid. Selain itu, hubungan peneliti dengan informan sebagai sumber data akan semakin terbentuk rapport, semakin akrab (tidak ada jarak lagi, semakin terbuka, saling mempercayai sehingga tidak ada informasi yang disembunyikan lagi.

³⁴Sonny Leksono, *Penelitian Kualitatif Ekonomidari Metodologi ke Metode*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 122.

³⁵Sonny Leksono, *Penelitian Kualitatif Ekonomidari Metodologi ke Metode*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 245.

³⁶Sonny Leksono, *Penelitian Kualitatif Ekonomidari Metodologi ke Metode*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 98.

2). Peningkatan ketekunan dalam penelitian

Dalam penelitian ini peningkatan ketekunan peneliti dilakukan dengan membaca dan mencermati secara tekun berbagai referensi yang terkait dengan fokus penelitian.

3). Triangulasi

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Triangulasi yang dipergunakan dalam rencana penelitian ini adalah triangulasi sumber data dan triangulasi metode. Triangulasi sumber data dilakukan dengan croscek atau kaji silang antara data dari sumber satu dengan sumber data lainnya. Sedangkan triangulasi metode peneliti lakukan dengan membandingkan data hasil wawancara dengan data hasil observasi, atau dokumentasi.

BAB II

PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar Umum Pancor merupakan lokasi peneliti dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini untuk menganalisis strategi pengelolaan Pasar Umum Pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket. Adapun data awal yang ingin dijelaskan peneliti pada bab ini adalah gambaran lokasi pasar umum pancor.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti pada informan dengan mengacu pada pedoman wawancara nomor 1-4, maka dapat dijelaskan gambaran lokasi Pasar Pancor berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola yaitu bapak Samsul Ridho selaku kepala pasar mengatakan bahwa:

“Pasar Pancor merupakan pasar tradisional yang semulanya merupakan pasar yang berada di Selong namun lokasi tersebut dijadikan perumahan maka lokasi pasar dialihkan di Pancor pada tahun 2013- 2017 dan letaknya lebih strategis. Pasar ini memiliki 199 kios atau los yang berada di dalam pasar yang terdiri atas empat kelas dengan biaya sewa yang beragam tergantung kelasnya. Omset pasar berkisar pada angka Rp. 90.000.000,00/bulan. Setiap pedagang dikenakan karcis dengan harga Rp. 1.000,00.”³⁷

Hal senada juga disampaikan oleh salah satu staf pengelola pasar yaitu bapak Saiful selaku petugas keamanan pasar mengatakan bahwa:

“Pasar pancor adalah pasar yang lokasi cukup strategis karena dekat dengan pusat kota dan pertokoan sehingga masyarakat pancor dan masyarakat Lombok timur lainnya sangat antusias berbelanja dan lokasi pasar mudah dijangkau. Disamping itu, pasar juga kondusif baik dari keamanan barang dan kendaraan pengunjung karna petugas keamanan

³⁷Samsul Ridho (Kepala Pasar Pancor), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 21 Mei 2021

dan kebersihan pasar selalu siaga dalam menjaga keamanan dan kenyamanan para pengunjung pasar.”³⁸

Data temuan di atas juga tidak jauh berbeda dari informasi yang diperoleh peneliti dengan salah satu pedagang tetap pasar yaitu ibu Kartini. Ia mengatakan bahwa: “Lokasi pasar Pancor sangat strategis bagi pedagang karena dekat dengan pusat kota dan mudah dijangkau pembeli meskipun di masa pandemi ini terdapat penurunan omset sebagian para pedagang.”³⁹.

Dari hasil wawancara peneliti dengan kepala pasar, bapak Samsul Ridho, dapat diketahui sejarah awal mula pasar pancor dibangun di kelurahan pancor yang semula lokasi awal pasar Pancor merupakan persawahan yang tidak ada bangunan apapun di sekitarnya. Namun, seiring bertambah dan meningkatnya jumlah penduduk di Pancor semakin dari tahun ke tahun membuat aktivitas perekonomian masyarakat sekitar khususnya di sektor perdagangan pun semakin meningkat baik dalam transaksi jual beli barang dan jasa maka dibangunlah pasar. Keberadaan pasar Pancor pada awal dibangun belum memiliki sarana dan prasarana yang memadai, kondisi pasar juga masih belum tertib. Hal ini dikarenakan tempat para pedagang berjualan masih tidak teratur. Pada tahun 2013 dilakukan renovasi pembangunan pasar Pancor dengan ditunjang fasilitas yang lebih baik dari kondisi semula meskipun pembangunan tersebut masih belum optimal.

Pada tahun 2017 pasar Pancor kembali direnovasi dan membuat beberapa kios dan los baru sehingga sarana dan prasarana pasar sudah cukup

³⁸Saiful (Staf Keamanan Pasar Pancor), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 22 Mei 2021

³⁹Kartini (Pedagang), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 22 Mei 2021

memadai dalam menunjang aktivitas jual beli barang dan jasa antara pedagang dan pembeli. Keberadaan pasar Pancor sangat penting bagi masyarakat, karena melalui pasar ini masyarakat bisa menyalurkan barang atau jasa produksinya kepada pembeli. Dengan hadirnya pasar ini membuat aktivitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sekitar menjadi lebih baik. Pasar Pancor juga merupakan satu-satunya pasar yang menjadi pusat jual beli di wilayah Pancor.

Dari hasil wawancara dengan kepala pasar juga dapat diketahui bahwa:

“Pasar Pancor memiliki luas sekitar 27.500 m². Dan pasar memiliki 10 los, dimana los pertama sampai dengan los keempat dinamakan los melati yang berada di lantai atas pasar, los pertama sampai los keempat ini menjadi lokasi jualan barang campuran yang terdiri atas pakaian, sepatu, dan sandal. Di bagian los kompleks bawah terdapat enam los, yang dimana masing-masing los memiliki jenis barang jualan sendiri, seperti los lima dan enam tempat jualan sayur mayur dan kebutuhan lainnya, sedangkan di los ketujuh terdapat tempat penjual sembako, di los ke delapan terdapat penjual daging, los kesembilan terdapat penjual ikan laut dan di los terakhir tempat penjual ikan kering.”⁴⁰

Dari hasil temuan peneliti di lapangan juga diperoleh informasi bahwa pasar dikelola oleh kepala pasar dan dibantu oleh 9 orang staf yang terbagi menjadi 3 bagian seksi yaitu keuangan, keamanan, dan kebersihan. Pasar mulai dibuka dari pukul 05.30 WITA hingga pukul 12.30 WITA, namun sebagian pedagang juga masih tetap berjualan hingga sore. Jumlah pedagang yang masih aktif berjualan dipasar sebanyak 924 orang⁴¹. Pedagang pasar menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat mulai dari sayur-mayur, pakaian, sepatu, sandal obat-obatan, emas sembako, daging, ayam, ikan, kelontong, kue, buah-buahan dan masih banyak lagi. lokasi pasar Pancor juga

⁴⁰ Samsul Ridho (Kepala Pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 21 Mei 2021

⁴¹ Ahmad (Staf Sekretaris Pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 21 Mei 2021

pada dasarnya dekat dengan pemukiman warga dan terdapat beberapa toko-toko modern atau supermarket/minimarket yang menyediakan berbagai macam kebutuhan masyarakat, seperti kebutuhan rumah tangga, pakaian, makanan dan lain-lain. Pasar pancor ini berdiri sebelum berdirinya toko modern atau supermarket/minimarket, sebelah utara pasar pancor terdapat toko-toko modern dan beberapa supermarket/minimarket dan selatan pasar pancor terdapat indomaret dan alfamart. Jumlah toko modern atau minimarket yang ada di pancor sebanyak 25 yang masih beroperasi sampai saat ini. Supermarket Sinar Bahagia merupakan salah satu pasar modern yang paling lama beroperasi di wilayah pancor, Disamping itu juga banyak supermarket/minimarket yang beroperasi dan ramai pengunjungnya seperti Apollo, Alfamart, Indomaret, dan toko-toko modern lainnya.

Gambar dari lokasi penelitian “Pasar Pancor Lombok Timur” dapat dilihat di bawah ini:



Gambar 2.1 Pasar Pancor Lombok Timur

B. Paparan Data Penelitian

Dalam memperoleh data penelitian tentang strategi pengelolaan pasar Pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket berdasarkan rumusan masalah penelitian dalam skripsi ini. Peneliti melakukan pengambilan data secara langsung ke lokasi penelitian yaitu Pasar Pancor Lombok Timur dengan melakukan wawancara dengan informan (pengelola pasar), observasi, dan studi dokumentasi pasar. Adapun yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah kepala pasar, staf pasar baik dari staf keuangan, keamanan, kebersihan, dan pedagang. Berikut paparan data temuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur

Mempertahankan eksistensi pasar Pancor sebagai tempat pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap barang dan jasa ditengah maraknya keberadaan supermarket atau pasar modern lainnya di Lombok Timur, tentu pihak pengelola menerapkan berbagai macam strategi untuk meningkatkan omset pasar dan daya tarik pedagang dan pembeli untuk bertransaksi barang dan jasa di pasar Pancor.

Berdasarkan hasil temuan peneliti di pasar pada sesi wawancara dengan bapak Samsul Ridho selaku kepala pasar berdasarkan pedoman wawancara nomor 5-6 dapat diperoleh keterangan bahwa strategi yang diterapkan pihak pengelola adalah: “menerapkan strategi komunikasi (promosi) yang baik, pemeliharaan sarana dan prasarana, pembinaan pedagang dalam mempertahankan karakteristik pasar baik dalam hal

barang, konsumen, dan kualitas harga, pengelolaan sampah pasar, peningkatan keamanan dan kenyamanan pasar, dan pembangunan pasar.”⁴²

Hal senada juga disampaikan bapak Saiful selaku staf keamanan pasar mengatakan bahwa: “Strategi yang diterapkan pihak pengelola adalah dengan melakukan sosialisasi atau promosi kepada para pedagang dan pembeli baik terhadap sarana dan prasarana pasar, meningkatkan keamanan, kenyamanan pembeli, kebersihan pasar, dan penjagaan sarana pasar.”⁴³ Disamping itu, temuan ini diperkuat pada hasil wawancara peneliti dengan salah satu staf keuangan pasar yaitu bapak Abdul Manan, dimana ia mengatakan bahwa: “setiap kami melakukan pemungutan uang karcis, keamanan, dan kebersihan dalam menjaga keamanan dan kenyamanan para pedagang dan pembeli. Alhamdulillah semua sumberdaya pasar koperatif dalam bekerjasama”.⁴⁴

Informasi temuan di atas, tidak jauh berbeda dengan pemaparan salah satu pedagang pasar yaitu ibu Kartini yang menyatakan bahwa:

“Pihak pengelola pasar yakni kepala pasar dan manajemen sering mengadakan komunikasi atau sosialisasi kepada pedagang dan pekerja lainnya terhadap kebijakan strategis yang diterapkan pihak manajemen tentang penerapan kebijakan pasar baik dalam hal besaran uang karcis pedagang, pembinaan pedagang, keamanan, kebersihan, dan pemeliharaan barang atau sarana dan prasarana pasar.”⁴⁵

Data informasi di atas juga bersesuaian dengan hasil studi dokumentasi yang peneliti lakukan di lokasi pasar ditemukan bahwa

⁴² Samsul Ridho (Kepala Pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 21 Mei 2021

⁴³ Saiful (Staf Keamanan), *wawancara*, di Pasar Pancor pada tanggal 22 Mei 2021

⁴⁴ Abdul Manan (Staf Keuangan), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada tanggal 22 Mei 2021

⁴⁵ Kartini (Pedagang), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada tanggal 22 Mei 2021

strategi pengelolaan pasar Pancor dari segi pemeliharaan, keamanan, ketertiban, dan kebersihan sudah cukup baik dan kondusif meskipun beberapa sarana dan prasana pasar masih belum tertata rapi dan perlu direnovasi seperti fasilitas ibadah (musolla) dan kamar mandi (toilet) sedangkan untuk area parkir kendaraan sudah cukup terkelola rapi dan kondusif. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.2 Sarana-Prasarana Musolla dan Area Parkir Pasar Pancor

Dari data temuan di atas dapat dijelaskan bahwa strategi pengelolaan pasar Pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket adalah strategi pemeliharaan sarana dan prasarana pasar, pembinaan, peningkatan keamanan dan kebersihan, pengelolaan sampah, revitalisasi/pembangunan pasar, dan strategi promosi/kerjasama pasar.

2. Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur

1). Faktor Pendukung

Dalam menjalankan strategi pengelolaan pasar Pancor sebagai bentuk organisasi penggerak roda ekonomi masyarakat tentu pihak pengelola memiliki faktor-faktor pendukung dalam menjalankan strategi tersebut. dalam menghadapi keberadaan supermarket. Berdasarkan hasil wawancara peneliti di lokasi dengan pihak pengelola yaitu bapak Samsul Ridho selaku kepala pasar berdasarkan pada pedoman wawancara nomor 7 mengatakan bahwa:

“Beberapa faktor pendukungnya adalah terjalannya kerjasama yang baik antara pihak pengelola dan masyarakat pasar baik pedagang, buruh, dan manajemen pengelola, Adanya kerjasama dengan pihak pemerintah dan swasta, terbentuknya kerjasama dengan supermarket, adanya swadaya pedagang dan pekerja pasar lainnya, adanya aturan pasar tradisional dan modern, adanya kebijakan revitalisasi pasar tradisional dari pemerintah, tingginya minat masyarakat dalam bertransaksi di pasar tradisional baik sebagai pedagang maupun pembeli.”⁴⁶

Hal senada disampaikan oleh staf humas dinas Koperasi dan UKM Lombok Timur, yaitu Bapak Aji yang mengatakan bahwa jajaran dinas Koperasi dan UKM bekerjasama dengan pihak pengelola Pasar Pancor dalam mensosialisasikan adanya bantuan sosial bagi para pelaku UKM yaitu pedagang untuk mendapatkan bantuan modal (BLT) UMKM di masa pandemi Covid-19 sebesar Rp. 2,4 Juta⁴⁷. Hal yang sama juga disampaikan oleh salah satu pedagang pasar yaitu Ibu

⁴⁶ Samsul Ridho (Kepala Pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 21 Mei 2021

⁴⁷ Aji (Staf Pegawai Humas Dinas KUKM Lombok Timur), *Wawancara*, di Selong pada Tanggal 10 September 2021.

Nur mengatakan bahwa ada bentuk kerjasama yang kuat antara pengelola dan pedagang. Selain itu, pengelola pasar sudah membantu pedagang untuk menjadi bagian dari pemasok barang yang dijual di supermarket.”⁴⁸

2). Faktor Penghambat

Dalam pelaksanaan strategi pengelolaan pasar Pancor juga menemukan beberapa faktor penghambat. Beberapa faktor penghambat tersebut dapat diketahui berdasarkan hasil wawancara peneliti di lokasi dengan pihak pengelola yaitu: “kurangnya kedisiplinan para pedagang dan pekerja lainnya akan kegiatan pembinaan yang dilakukan pihak manajemen, tidak adanya paguyuban pasar, sulitnya pendanaan bagi para pedagang dan pengelolaan pasar, kurangnya kesadaran para pedagang dalam berjualan khususnya para PKL yang masih dijumpai di sekitar pasar.”⁴⁹

Hal senada juga disampaikan oleh ibu Nur selaku pedagang di pasar, ia mengatakan bahwa:

“Faktor penghambatnya adalah sulitnya dapat pinjaman modal bagi pedagang kecil di pasar sehingga banyak pedagang merasa kesulitan pendanaan modal dan faktor pendukung ramainya pasar adalah terbentuknya kesepakatan antara pihak pengelola dan pedagang dalam menjalankan kebijakan pasar baik dalam hal keamanan dan kebersihan pasar.”⁵⁰

Informasi di atas juga didukung dengan keterangan salah satu buruh pasar pada saat wawancara yaitu bapak Sumardan. Ia mengatkan

⁴⁸ Nur (Pedagang Pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 22 Mei 2021

⁴⁹ Samsul Ridho (Kepala Pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 21 Mei 2021

⁵⁰ Nur (Pedagang), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 22 Mei 2021

bahwa: “meskipun pembinaan dilakukan, kami sebagai bagian dari pekerja pasar merasa pembinaan yang dilakukan pihak manajemen atau pengelola kepada pedagang dan pekerja lainnya masih belum optimal karena masih banyak pedagang yang lalai akan kewajibannya membayar upah kepada buruh baik dalam hal besaran dan lainnya.”⁵¹

Disatu sisi, penjelasan ini diperkuat dari keterangan salah satu staf keuangan pasar yaitu bapak Abdul Manan, ia mengatakan bahwa: “pihak pengelola juga mengadakan pembinaan rutin kepada seluruh staf manajemen pasar baik dalam rapat evaluasi agar terciptanya kinerja pasar yang professional dan berdaya saing dan manajemen menerapkan sanksi dan reward kepada yang melanggar dan berprestasi.”⁵²

Berdasarkan data temuan di atas dapat dijelaskan bahwa faktor pendukung strategi pengelolaan pasar di atas adalah terjalinnya kerjasama antara pengelola dengan sumber daya pasar (staf, pedagang, dan buruh), kerjasama dengan instansi pemerintah dan swasta, dan revitalisasi/pembangunan pasar, dan antusiasme masyarakat yang tinggi untuk bertransaksi di pasar baik sebagai pedagang maupun pembeli. adapun faktor penghambatnya adalah rendahnya kesadaran pedagang dalam pembinaan, pinjaman modal yang minim bagi pedagang, dan masih ada PKL di sekitar pasar.

⁵¹ Sumardan (Buruh Pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 22 Mei 2021.

⁵² Abdul Manan (Staf Keuangan), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 22 Mei 2021

3. Dampak Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur

Dalam penerapan strategi pengelolaan yang dilaksanakan pihak pengelola memiliki dampak yang besar terhadap keberlangsungan pasar pancor dalam menjalankan aktivitas perdagangan sehari-hari dalam menghadapi persaingan pasar dengan supermarket atau pasar modern lainnya. Hal ini dapat diketahui dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan mewawancarai kepala pasar Pancor berdasarkan pedoman wawancara nomor 8 yang mengatakan bahwa:

“Dari setiap kebijakan strategi pengelolaan yang kami gunakan di pasar memiliki efek yang besar terhadap besar kecilnya omset pasar dan pedagang. Misalnya, ketika di masa pandemi Covid 19 sedang melonjak dan pasar boleh dibuka maka kami menghimbau setiap pedagang dan pekerja pasar lainnya harus melaksanakan 3M (mencuci tangan, memakai masker, dan menjaga jarak) sebagai bentuk pencegahan penularan covid 19 maka pengunjung pasar Alhamdulillah ramai dan omset pasar stabil. Hal ini dikarenakan berjasama yang baik dengan berbagai pihak instansi lain seperti puskesmas dan kepolisian dalam penyediaan masker, tempat cuci tangan, dan alat pengendalian penularan lainnya.”⁵³

Kebijakan strategi pengelolaan pasar di atas menyangkut kerja sama yang baik antara pihak pengelola dengan pedagang dan pembinaan perilaku yang positif bagi SDM pasar karena dapat memberikan pengaruh yang positif bagi pasar dan potensi pasar lainnya terutama dalam menjaga keseimbangan omset pasar dan karakteristik pasar di tengah pandemic Covid 19. Selain itu, dampak dari strategi pengelolaan pasar dari segi kebersihan, keamanan, dan pemeliharaan sarana prasarana pasar dapat

⁵³ Samsul Ridho (Kepala pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 21 Mei 2021

diketahui dari hasil wawancara peneliti dengan bapak Fajri selaku petugas kebersihan mengatakan bahwa:

“Ketika pengelolaan pasar baik dari segi kebersihan dan keamanan dijaga maka pengunjung pasar atau pembeli dan pedagang sangat senang karena dapat menarik minat masyarakat untuk berbelanja. Dan pihak manajemen pasar juga mengenakan uang kebersihan dari setiap pedagang agar sampah dikelola dengan baik dan tidak berbau agar pembeli merasa nyaman datang ke pasar dan berbelanja.”⁵⁴

Pernyataan senada juga diberikan bapak Saiful yang menyatakan bahwa; “Setiap pedagang dikenakan uang keamanan yang diambil langsung oleh salah satu staf keuangan pasar agar barang dagangan aman dan tidak hilang atau rusak begitu juga penjagaan motor atau parkir kendaraan pedagang dan pembeli dikenakan biaya keamanan agar semua pengunjung pasar merasa aman dari hal-hal yang tidak diinginkan.”⁵⁵

Selain itu, adanya terobosan baru yang dilakukan pihak pengelola memberikan dampak yang positif bagi eksistensi pasar ditengah maraknya supermarket di wilayah Selong dan sekitar. Hal ini dapat diketahui dari hari wawancara peneliti dengan kepala pasar yaitu bapak Samsul Ridho berdasarkan pedoman wawancara nomor 9 yang mengatakan bahwa: “Keragaman dan khas barang di pasar Pancor, strategi promosi pedagang yang efektif, dan kerjasama dengan pasar modern (supermarket/minimarket) membuat eksistensi pasar Pancor tidak goyah meskipun ditengah pandemi Covid-19. Hal ini dikarenakan setiap pasar punya keunikan barang jualan dan pelanggan tetap.”⁵⁶

⁵⁴ Fajri (Petugas Kebersihan), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 22 Mei 2021

⁵⁵ Saiful (Penjaga Keamanan), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 22 Mei 2021

⁵⁶ Samsul Ridho (Kepala Pasar), *Wawancara*, di Pasar Pancor pada Tanggal 21 Mei 2021

Berdasarkan data penelitian di atas, dapat dijelaskan dampak penerapan strategi pengelolaan pasar yang diterapkan pihak pengelola dalam menghadapi keberadaan supermarket adalah berdampak positif bagi eksistensi pasar Pancor di tengah ramainya pasara modern (supermarket/minimarket) sebagai salah satu alternatif bagi masyarakat dalam bertransaksi barang dan jasa baik sebagai pedagang maupun pembeli, meningkatnya sebagian omset pedagang meskipun sebagian pedagang juga mengalami penurunan omset ditengah pandemic Covid-19. Ramainya pengunjung (pembeli) pasar juga dikarena pengelola pasar menerapkan strategi keamanan dan kenyamanan pelanggan pasar dari segi penerapan protocol kesehatan yang ketat di pasar sehingga pembeli merasa aman dan nyaman dalam berbelanja, dan imbasnya omset pasar secara umum stabil.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur

1. Pemeliharaan Sarana dan Prasarana Pasar

Dalam pemeliharaan sarana dan prasarana pasar Pancor pihak pengelola, pedagang, dan pembeli bekerjasama dalam menjaga fasilitas pasar dengan menjunjung nilai kesadaran yang tinggi akan kepemilikan bersama terhadap fasilitas pasar yang tersedia agar tidak rusak dan merugikan banyak pihak karena sumber pendanaan berasal dari internal (pendapatan pasar) dan eksternal (APBD Lombok Timur/dana swasta). Pemeliharaan sarana dan prasarana pasar Pancor meliputi sarana kebersihan, barang dagangan, area parkir, mushola, dan lainnya. Bentuk pemeliharaan seperti perbaikan atap pasar yang bocor, hilang diterpa angin besar, mengganti bola lampu yang mati ataupun pecah, mengganti paving yang rusak.

Pemeliharaan sarana dan prasarana pasar Pancor dilakukan berdasarkan skala prioritas, artinya komponen yang penting diprioritaskan terlebih dahulu meskipun ada komponen yang lain rusak atau hilang. Untuk kerusakan ringan maka perbaikannya dilakukan sendiri oleh petugas pasar sedangkan untuk pemeliharaan yang memerlukan banyak biaya atau tidak dapat ditangani sendiri oleh petugas pasar maka pihak pengelola membuat laporan kepada Dinas Pengelolaan Pasar Lombok

Timur untuk dilakukan tindak lanjut. Hal ini biasanya membutuhkan waktu yang tidak singkat karena perlu melalui proses perencanaan APBD terlebih dahulu dan kegiatan perbaikan baru terlaksana ditahun berikutnya sesuai perencanaan APBD. Selain itu, pengelola pasar beserta para pedagang juga melakukan upaya kerja bakti dalam menjaga kebersihan dan kenyamanan pasar. Secara umum sarana dan prasarana yang ada di pasar Pancor dapat dikatakan sangat layak, dari sarana MCK, sarana ibadah, lahan parkir, dan lainnya meskipun perlu perbaikan.

2. Pembinaan Pedagang Pasar

Pembinaan pedagang merupakan bagian dari manajemen strategi pengelola yang baik dalam pengelolaan pasar tradisional. Pembinaan pedagang pasar dilakukan dengan kegiatan penyuluhan peningkatan disiplin pedagang serta kegiatan penataan tempat usaha bagi pedagang. Strategi pembinaan pedagang dilakukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) pedagang yang ada di pasar Pancor. Hal tersebut terlaksana melalui beberapa kegiatan seperti pemberian sosialisasi, pengarahan, pelatihan, penataan pedagang, pengawasan dan lainnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan perkembangan pasar agar mampu bersaing dengan pasar modern.⁵⁷

Pemberian pelatihan dilakukan oleh pengelola dan Dinas Pengelolaan Pasar kepada perwakilan pedagang pasar Pancor dengan materi seperti cara mengelola pasar agar bersih rapi, menggali potensi

⁵⁷Dwi Susanti & Dwi Putra Darmawan, "Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur", *Jurnal Manajemen Agribisnis*, Vol. 2, No. 1, Mei 2014.

retribusi masing-masing pasar tradisional, menata barang dagangan yang baik dan rapi, pelatihan kewirausahaan, kreatifitas dan melayani pembeli. Hal tersebut dirasa kurang karena hanya perwakilan pedagang yang menerimanya bukan seluruh pedagang yang ada. Penerapan sistem zoning/penataan pedagang dikelompokkan sesuai dengan barang dagangannya seperti dibuat los khusus penjual daging, sederet kios khusus toko kelontong, los untuk jajanan kecil, dan lainnya. Sistem ini menciptakan kerapian dan keteraturan serta memudahkan pelanggan mencari barang yang mereka butuhkan serta memudahkan penataan lokasi pedagang di pasar Pancor.

Pemberian sosialisasi diberikan oleh pengelola pasar bersamaan ketika melakukan penarikan retribusi sekaligus melakukan pengawasan, materi sosialisasi seperti peraturan daerah tentang pasar. Tidak semua pedagang mendapatkan adanya sosialisasi dikarenakan masih adanya beberapa pedagang yang tutup dan tidak adanya paguyuban menyulitkan usaha mengumpulkan para pedagang. Sosialisasi dilakukan hanya secara kondisional kepada para pedagang yang sedang berjualan. Pemberian pengarahan diadakan sekali oleh pengelola pasar dengan materi agar para pedagang membuka lapak dagangan. Namun, terdapat beberapa pedagang yang tidak menghadiri kegiatan tersebut. Tidak adanya paguyuban menyebabkan sulitnya mengumpulkan semua pedagang.

Adanya Strategi pembinaan SDM pasar Pancor pada dasarnya merupakan wujud nyata dari implemntasi Peraturan Menteri Dalam Negeri

Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional yang bertujuan tujuan, yaitu: 1) Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih, dan sehat, 2) Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, 3) Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah, dan 4) Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat pembelian dan toko modern.⁵⁸

3. Pengelolaan Sampah Pasar

Pengumpulan, pengangkutan material sampah yang biasanya dikelola untuk mengurangi dampak negatif terhadap kesehatan pedagang dan pembeli, keindahan, dan maupun terhadap lingkungan dengan cara menyediakan sarana dan prasarana yang menunjang dalam pengelolaan sampah seperti adanya tong sampah. Pengelola pasar Pancor memiliki staf petugas kebersihan yang dibantu oleh para pedagang, staf keamanan, dan staff pasar lainnya dalam menjaga kebersihan pasar. Hal itu dirasa sudah cukup untuk menjaga kebersihan pasar dalam pengelolaan sampah pasar dilihat dari kondisi pasar yang bersih dan tidak berbau.

Pengelola juga diberikan pengarahan terhadap para pedagang agar turut menjaga kebersihan pasar dalam membantu petugas kebersihan dan menjaga kebersihan dilingkungan pasar, setidaknya dengan membersihkan sampah dan menjaga kebersihan di wilayah mereka berjualan masing-masing. Pasar Pancor mempunyai keranjang sampah dan bin sampah yang

⁵⁸Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional

berfungsi sebagai tempat pembuangan sampah sementara sebelum sampah diangkut atau diambil oleh truk sampah dari dinas kebersihan dan pengelolaan sampah pasar. Dalam hal kebutuhan alat-alat kebersihan seperti sapu, cikrak, keranjang sampah, alat pel dan lainnya semua telah disediakan oleh pengelola pasar dan Dinas pengelolaan pasar dan telah cukup untuk melakukan kegiatan pengelolaan sampah pasar.

4. Peningkatan Keamanan dan Kenyamanan Lingkungan Pasar

Para pedagang mempunyai kesadaran yang tinggi dalam menjaga keamanan pasar dengan dibantu oleh petugas keamanan dalam mengendalikan keamanan lingkungan pasar. Pasar Pancor mempunyai tiga staf keamanan dengan sistem kerja *shift* pagi dan *shift* malam sehingga keamanan pasar tetap terjaga selama 24 jam setiap hari. Jumlah staf keamanan dirasa telah cukup dilihat dari banyaknya anggota tersebut. Setiap harinya hanya dua orang yang bertugas sedangkan personil lainnya diberi waktu untuk beristirahat.

Untuk menjaga dan meningkatkan keamanan, ketertiban, serta kenyamanan pasar Pancor, pengelola pasar, dan staf keamanan pasar melakukan kegiatan monitoring kepada para pedagang dan pengunjung pasar. Staf keamanan rutin melakukan keliling sekitar satu hingga dua jam sekali. Dengan terciptanya keamanan pasar dilihat dari tidak pernah adanya kasus tindakan kriminal di pasar Pancor dapat dikatakan keamanan dan ketertiban pasar Pancor sudah baik.

Untuk mengembangkan kompetensi SDM-nya, staf keamanan mendapat program pelatihan dari Dinas Pengelolaan Pasar seperti pelatihan PBB. Ketertiban Pasar Pancor juga sudah baik meski masih perlu adanya upaya peningkatan. Hal tersebut dilihat dari kegiatan penarikan retribusi yang lancar dan ketertiban penataan dagangan namun adanya beberapa pedagang yang tidak berjualan menunjukkan masih terdapat beberapa pedagang yang belum tertib dalam melakukan kewajiban mereka. Dalam melakukan peningkatan ketertiban, selama ini sering dilakukan kunjungan dari Dinas Pengelolaan Pasar ke pasar Pancor dan dilakukan pemberian pengarahan kepada para pedagang untuk mematuhi peraturan yang ada. Selain itu juga diberikan sanksi berupa pemberian surat pemberitahuan dan surat peringatan kepada para pedagang yang tutup.

5. Revitalisasi/Pembangunan Pasar

Revitalisasi pasar tradisional sangat penting diperhatikan pengelola dalam meningkatkan persaingan pasar. Selain itu revitalisasi pasar harus dilakukan berdasarkan prinsip *good governance* baik dari segi pembagunan fisik pasar dan non fisik pasar.⁵⁹ Pembangunan atau renovasi pasar dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan pasar. Pembangunan pasar diikuti dengan penambahan fasilitas yang ada di pasar. Upaya pembangunan atau renovasi pasar dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan dan kelayakan bangunan pasar. Upaya tersebut seperti

⁵⁹Ella Alfianita, Andy Fefta Wijaya, & Siswidiyanto, "Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance", *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3, No. 5, 2016, Hlm. 758-762.

dibangunnya shelter bagi para pedagang yang berjualan di depan pasar Pancor, perbaikan atap bangunan pasar, perbaikan paving di area parkir dan halaman pasar. Hambatan dalam melakukan strategi pembangunan atau renovasi pasar yakni perihal waktu dan dana.

Pembangunan dilakukan menggunakan dana APBD yang membutuhkan proses perencanaan dan kegiatan perbaikan baru dapat terlaksana ditahun berikutnya setelah agenda perbaikan tersebut dimasukkan kedalam APBD. Secara umum kondisi bangunan di pasar Pancor layak dan representatif untuk digunakan sebagai tempat jual beli. Bangunan pasar usianya terbilang masih muda sekitar enam hingga tujuh tahun disertai upaya pemeliharaan yang baik sehingga kondisinya masih layak digunakan saat ini meskipun beberapa fasilitas pasar perlu diperbaiki atau diperluas.

Berdasarkan strategi pengelolaan yang diterapkan kepala pasar Pancor dalam mempertahankan eksistensi pasar di tengah persaingan yang kompetitif dengan pasar modern khususnya supermarket di atas, pada dasarnya sudah bersesuaian dengan prinsip-prinsip pengelolaan pasar tradisional, yaitu: prinsip efisiensi dan efektifitas, pengelolaan, pengutamakan tugas, kepemimpinan, dan kerjasama.⁶⁰

Prinsip efisiensi dan efektifitas, prinsip pengelolaan pasar ini lebih menekankan pelaksanaan suatu organisasi semaksimal mungkin dalam memanfaatkan semua sumber, tenaga, dana, dan fasilitas yang ada secara

⁶⁰Luluk Nur Azizah, "Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil", *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. IV, No. 1, Februari 2019, Hlm. 823-831.

efektif dan efisien. Fungsi-fungsi pengelolaan juga dioperasikan dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana yang sejalan berdasarkan kondisi atmosfer dan kemampuan organisasi dengan menghemat biaya dan mempersingkat durasi waktu pelaksanaan kegiatan dengan tujuan memperoleh hasil yang maksimal. Untuk terlaksananya prinsip efisiensi, semua sumber daya organisasi harus dikelola dengan baik oleh manajemen agar penerapan prinsip efisiensi benar-benar relevan dengan tujuan yang ingin dicapai. Hubungan kerja yang fungsional dan berjalan dengan baik di suatu manajemen organisasi akan mempermudah pelaksanaan prinsip efisiensi di suatu organisasi pasar.

Prinsip Pengelolaan, prinsip pengelolaan pada suatu organisasi pasar terdiri atas beberapa tahapan manajemen, yaitu: merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, dan pengawasan. Jika empat tahapan pengelolaan ini berjalan dengan optimal maka tujuan akhir dari suatu organisasi dengan mudah diperoleh. Dalam proses perencanaan yang dilakukan dilakukan suatu manajemen harus didasarkan pada visi dan misi organisasi sehingga program-program yang direncanakan disusun secara sistematis dengan melihat skala prioritas suatu program dalam mencapai target program jangka pendek, menengah, dan panjang.

Prinsip Pengutamakan Tugas Pengelolaan, prinsip ini dijalankan secara penuh oleh pengelola di pasar. Pengelola merupakan orang yang bertanggung jawab penuh dalam pelaksanaan keberlangsungan suatu kegiatan organisasi baik secara internal maupun eksternal. Kegiatan

internal pengelola meliputi proses perapian administrasi semua aktifitas organisasi yang dijalankan sebagai bentuk bagian tugas utama pengelola. Adapun kegiatan eksternal merupakan aktivitas pelayanan manajerial terhadap kepentingan publik yang berkenaan dengan aktifitas pengelolaan di luar organisasi. Dilihat dari tanggung jawab pengelola, prinsip pengutamaan tugas pengelolaan bukan semata-mata tugas yang berkaitan dengan kegiatan pengelolaan internal karena manajerial internal organisasi juga berkepentingan dan memiliki hubungan fungsional yang erat dengan manajerial eksternal. Hal ini sejalan dengan bagian produksi yang bekerja sama dengan bagian promosi yang langsung berhubungan dengan masyarakat.

Prinsip Kepemimpinan yang Efektif, prinsip ini sangat penting dimiliki kepala pasar sebagai *leader* pengelolaan pasar tradisional di suatu daerah. Hal ini dikarenakan sebagai pimpinan dari suatu organisasi yang dikelola harus bijaksana dalam mengambil keputusan, tegas, tidak bertele-tele, efisien, tuntas, dan berkualitas. Kepala pengelola juga harus dapat membentuk hubungan kerjasama yang harmonis dengan semua bawahannya dan *stakeholder* terkait dalam rangka meningkatkan kinerja pasar baik dari segi integritas, profesionalisme, dan pelayanan publik. Pengelola yang baik adalah pengelola yang mampu saling menguatkan satu sama lain dalam mengatasi masalah untuk mencapai tujuan bersama yaitu kemajuan pasar baik dari segi eksistensi dan daya saing pasar tradisional dengan pasar modern.

Prinsip Kerjasama, pasar sebagai bagian dari organisasi yang dipimpin oleh seorang kepala tentu harus dapat menerapkan prinsip kerja sama yang kuat antara semua sumber daya yang termasuk dalam satu manajemen pengelolaan. Semua tugas dan kewajiban pengelolaan pasar tidak diselesaikan oleh satu orang, melainkan dikerjakan berdasarkan tugas, keterampilan, dan pengetahuan semua anggota manajemen pasar. Tujuannya adalah terciptanya profesionalisme dalam bekerja dan agar bebar kerjanya tidak menumpuk pada satu orang sehingga semua sumber daya yang dimiliki dapat difungsikan secara efektif dan optimal. Kerja sama diantara karyawan pasarpun harus sinergis agar mempermudah pelaksanaan tugas manajemen. Jadi, prinsip kerja sama merupakan salah satu fungsi utama dari organisasi yang dapat dijadikan sebagai pembentuk struktur terutama dalam penyusunan atau penetapan personal, pekerjaan-pekerjaan, materil, dan pikiran-pikiran di dalam struktur organisasi itu sendiri.

Dari beberapa strategi yang dijalankan pengelola pasar Pancor di atas, mencerminkan fungsi-fungsi manajemen suatu organisasi. Hal ini dapat dilihat dari praktiknya terdapat pembagian fungsi pokok pengelolaan dalam mencapai target pasar. Setiap staf pasar melakukan aktivitas fungsi pengelolaan berdasarkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian yang baik dari kepala pasar sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam pengelolaan operasional pasar.

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pengelolaan Pasar Pancor Lombok Timur dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur

1. Faktor Pendukung

a. Kerjasama yang Baik antara Pengelola dan Pedagang

Terciptanya kerjasama yang baik antara pengelola dan pedagang dapat menciptakan kondisi pasar yang kondusif dan stabil dalam mempertahankan eksistensi Pasar Pancor dalam menghadapi persaingan dengan supermarket di Kabupaten Lombok Timur. Salah satu bentuk kerjasama yang diterapkan pasar Pancor adalah mempertahankan karakteristik/khas pasar baik melalui barang dagangan dan strategi promosi barang jualan yang digunakan. Selain itu, pengelola dan pedagang bekerjasama dalam menciptakan kenyamanan bagi para pembeli yang berkunjung baik dalam hal keamanan, kebersihan, ketertiban, kejujuran, dan keindahan dalam bertransaksi barang dan jasa dengan memperhatikan kualitas harga dan barang sehingga pelanggan pasar tidak beralih ke supermarket.

b. Kerjasama dengan Instansi Pemerintah dan Swasta

Dalam peningkatan kinerja pasar baik dalam pengembangan kompetensi SDM dan fasilitas pasar, pihak pengelola bekerjasama dengan dinas pengelolaan pasar dan instansi pemda dan pihak swasta dalam membantu para pedagang, staf, dan pekerja pasar lainnya dalam meningkatkan skill dan keterampilan para pedagang dan SDM lainnya dalam berdagang dan meningkatkan profesionalisme dalam bekerja

agar omset dan keuntungan pasar meningkat dari tahun ke tahun. Selain itu, di masa pandemi Covid-19 ini pihak pengelola bekerjasama sama dengan instansi lainnya seperti puskesmas, kepolisian, dan desa dalam menjaga keamanan, kebersihan, dan kesehatan pedagang, pembeli, pekerja pasar, staf pasar, dan lingkungan pasar agar terhindar dari virus Corona. Dampaknya sangat positif bagi pasar Pancor, yaitu terpilihnya pasar Pancor sebagai pasar sehat dan tentu pengunjung pasar semakin ramai dan omset ataupun keuntungan sebagian pedagang meningkat.

c. Tingginya Animo Masyarakat dalam Bertransaksi di Pasar Pancor

Hadirnya pasar Pancor sebagai salah satu pasar tradisional di Lombok Timur merupakan angin segar bagi masyarakat Lombok Timur khususnya masyarakat pancor dan sekitar dalam bertransaksi baik sebagai pedagang maupun pembeli dalam memenuhi kebutuhannya. Hal ini dikarenakan lokasi Pasar Pancor berada di daerah yang sangat strategis, mudah terjangkau, dan tidak jauh dari pusat kota sehingga akses pendistribusian barang semakin mudah dan cepat dilakukan bagi pedagang dan pembeli. Dan pelanggan pasar terdiri atas pedagang warung, keliling, dan pedagang rumahan selain dari masyarakat umumnya.

2. Faktor Penghambat

a. Kurangnya Partisipasi Pedagang dalam Kegiatan Pembinaan

Beberapa pedagang di Pasar Pancor cenderung kurang merespon dan aktif akan adanya kegiatan pembinaan pedagang yang diberikan. Belum pernah dilakukan pembinaan pedagang baik berupa sosialisasi atau penyuluhan dari Dinas Pengelolaan Pasar secara langsung kepada seluruh pedagang Pasar Pancor dikarenakan sedikitnya pedagang yang menggelar dagangan dan yang merespon hal tersebut.

b. Dana

Pengelolaan Pasar Pancor membutuhkan dana yang diperoleh dari APBD. Untuk mendapatkan dana tersebut dibutuhkan sistem dan proses birokrasi sehingga menghambat proses pengelolaan.

c. Tidak Adanya Paguyuban di Pasar Pancor

Paguyuban berfungsi sebagai pihak yang menjembatani antara pedagang dengan Dinas Pengelolaan Pasar kabupaten Lombok Timur.

Bagaimanapun juga kepala pasar tidak sanggup sendirian mengelola suatu pasar tradisional, dibutuhkan bantuan dari staff maupun pekerja lain termasuk juga peran dari paguyuban.

d. Kurangnya Kedisiplinan dan Kesadaran Pedagang untuk Berjualan

Masih terdapat beberapa pedagang yang belum menjalankan kewajibannya untuk menggelar lapak dagangan dan menjaga serta menumbuhkan aktivitas jual beli di Pasar. Kurangnya kesadaran beberapa pedagang untuk membuka lapak dagangan secara tidak langsung menjadi penyebab sedikitnya pengunjung pasar. Selain itu

tutupnya beberapa pedagang juga berpengaruh terhadap pendapatan asli daerah (PAD) yang bersumber dari retribusi pasar tradisional.

C. Dampak Strategi Pengelolaan Pasar Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur

Penerapan strategi pengelolaan pasar Pancor yang terorganisir dengan baik oleh pihak pengelola baik dalam hal penataan sarana dan prasarana, pembinaan pedagang, peningkatan keamanan dan kebersihan, dan pembangunan/revitalisasi pasar memberikan dampak yang positif bagi keberadaan dan kelangsungan aktivitas pasar dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatkan perekonomian masyarakat baik sebagai pedagang maupun pembeli meskipun persaingan pasar tradisional dengan pasar modern (supermarket/minimarket) di kabupaten Lombok Timur semakin meningkat setiap tahun.

Kehadiran supermarket di wilayah Lombok Timur khususnya di lingkungan Pancor dan sekitarnya tidak berpengaruh banyak terhadap berkurangnya omset pasar Pancor karena pasar Pancor dan supermarket sudah mempunyai pelanggan tetap masing-masing. Hanya saja sebagian pedagang pasar juga mengalami penurunan keuntungan hal ini dikarenakan terbatasnya pergerakan pembeli di pasar karena efek dari Covid-19 dan penerapan proses yang ketat di pasar akan tetapi secara umum pengunjung pasar tetap ramai. Hal ini dikarenakan pembeli merasa aman dan nyaman berbelanja, harga terjangkau, dan barang belanjaan tersedia sesuai kebutuhan dan keuangan. Hal ini bersesuaian dengan hasil studi Anung Pramudyo yang menyatakan bahwa Keberadaan pasar modern memang pesat dan meningkatkan persaingan pasar

yang semakin kompetitif namun pasar tradisional juga masih mampu untuk bertahan dan bersaing tergantung strategi pengelolaan yang diterapkan.”⁶¹

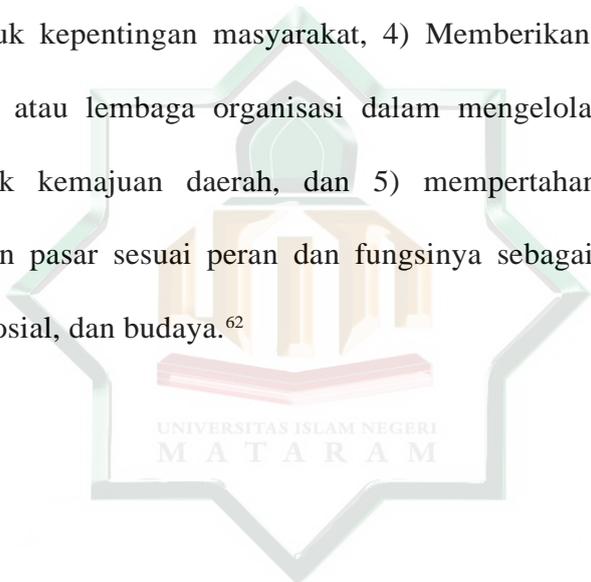
Dampak positif dari penerapan strategi ini juga didukung oleh karakteristik pasar Pancor yaitu: 1) Konsumen pasar didominasi oleh konsumen toko atau warung, dan pedagang keliling yaitu konsumen yang membeli barang/komoditas di pasar tradisional untuk dijual kembali, sisanya adalah konsumen rumah tangga, 2) Produk/komoditas yang dijual terdiri bahan pokok yang tidak lama (sayuran, daging, ayam, ikan, bumbu dapur), dan barang kebutuhan rumah tangga dan bahan pokok tahan lama (perlengkapan mandi, deterjen, gula, susu, kopi, teh, makanan ringan, buah-buahan, dan perabot rumah tangga), dan 3) Kesepakatan harga dicapai melalui mekanisme tawar menawar, sehingga bisa tercapai kepuasan maksimum bagi pembeli, karena mendapatkan harga yang diinginkan dari proses tawar menawar.

Berdasarkan dampak pengelolaan pasar Pancor yang baik memberi peran yang sangat penting dalam menciptakan kemandirian pelaku pasar. Hal ini dikarenakan peran pasar cukup strategis dan signifikan dalam memberikan sumbangsih dalam peningkatan swadaya, kemandirian, dan partisipasi pedagang. Selain itu, penataan pasar memberi efek positif bagi kesejahteraan masyarakat pasar dikegiatan usaha bersama yang sudah menjadi karakteristik pasar. Dengan adanya program, penguatan, dan pengembangan peran pedagang dan manajemen pasar merupakan modal yang tepat bagi pasar

⁶¹Anung Pramudyo, *Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional di Yogyakarta*, JBMA, Vol. II, No. 1, Maret 2014, ISSN : 2252-5483, hlm. 88.

dalam mempertahankan eksistensinya untuk mengembangkan usaha ekonomi kreatif dan kemandirian masyarakat.

Hal ini bersesuaian dengan tujuan pengelolaan sebuah pasar tradisional, yaitu: 1) Menciptakan dan memperluas kesempatan kerja dibidang perdagangan/perniagaan barang dan jasa, 2) Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, 3) Memanfaatkan sumber daya milik pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat, 4) Memberikan kesempatan kepada masyarakat atau lembaga organisasi dalam mengelola dan memanfaatkan pasar untuk kemajuan daerah, dan 5) mempertahankan, menjaga, dan melestarikan pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial, dan budaya.⁶²



Perpustakaan UIN Mataram

⁶²Siti Fatimah Nurhayati, "Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 18, Nomor 1, Juni 2014, hlm. 51

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari penelitian ini berdasarkan data temuan dan pembahasan dari rumusan masalah adalah:

1. Strategi pengelolaan Pasar Pancor dalam menghadapi supermarket atau pasar modern di kabupaten Lombok Timur yaitu:
 - a. Pemeliharaan sarana dan prasarana yang cukup baik dengan adanya perbaikan area parkir, perbaikan atap pasar, kegiatan kerja bakti, dan lainnya.
 - b. Pengelolaan sampah pasar sangat baik dengan terciptanya kondisi Pasar Pancor yang bersih, rapi, dan tidak bau.
 - c. Keamanan, ketertiban, dan kebersihan pasar sudah baik dimana selama ini jarang ada kasus kriminalitas di lingkungan pasar. Ketertiban kurang cukup baik dengan adanya pedagang yang tutup dan PKL masih ada disekitar pasar. Kebersihan terjaga petugas kebersihan yang selalu siaga dalam menjaga kebersihan lingkungan pasar.
 - d. Pembangunan atau renovasi pasar sudah cukup baik dengan ditambahnya shelter, perbaikan atap pasar serta perbaikan paving di halaman dan area parkir.
 - e. Pembinaan pedagang belum optimal, kegiatan yang telah dilakukan berupa pemberian pelatihan, pengarahan, zonasi, surat pemberitahuan

dan peringatan serta pemberian sosialisasi dan pengawasan kepada para pedagang.

2. Dalam penerapan strategi pengelolaan Pasar Pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket di kabupaten Lombok Timur terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung yaitu: terjalinnya kerjasama yang baik antara pengelola dan pedagang, adanya kerjasama Pasar Pancor dengan instansi pemerintah dan swasta, dan tingginya animo masyarakat Lombok Timur dalam bertransaksi jual-beli di pasar Pancor. Faktor penghambatnya yaitu: kurang disiplinnya pedagang dalam kegiatan pembinaan dan berjualan, terbatasnya dana pinjaman modal bagi pedagang, dan belum adanya paguyuban pasar.
3. Penerapan strategi pemeliharaan sarana dan prasarana, pembinaan SDM Pasar baik pedagang dan pekerja pasar lainnya, penataan keamanan, kebersihan, dan ketertiban, dan pembangunan/revitalisasi pasar memberi dampak yang positif terhadap eksistensi Pasar Pancor dalam menghadapi persaingan dengan supermarket. Hal ini dikarenakan keberadaan supermarket tidak berpengaruh signifikan terhadap penurunan omset Pasar Pancor Lombok Timur.

B. Saran

Adapun beberapa saran yang penulis ingin sampaikan kepada beberapa pihak yang terkait dengan pengelolaan Pasar Pancor Lombok Timur dalam menghadapi persaingan pasar dengan pasar modern yaitu:

1. Dibentuknya paguyuban di Pasar Pancor dalam memudahkan pengelola untuk mengumpulkan dan mengorganisir para pedagang di pasar.
2. Memberikan sanksi yang tegas kepada seluruh SDM pasar yang tidak mengikuti aturan atau kebijakan Pasar pancor yang telah ditetapkan bersama baik antara pemerintah, pengelola, pedagang, dan pekerja pasar.
3. Memberikan sanksi yang tegas kepada para PKL yang masih berjualan dipinggir pasar, pedagang dan pembeli yang kurang tertib dalam menjaga kenyamanan pasar baik dari segi keamanan dan kebersihan.
4. Memberikan sanksi yang tegas terhadap para pedagang yang melakukan kecurangan, tidak mengikuti kegiatan pembinaan, dan pengelolaan pasar yang diadakan oleh pihak pengelola maupun dinas pengelolaan pasar baik dari pemerintah maupun swasta.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam S, *Ekonomi untuk SMA dan MA Kelas X*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi V. Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Dwi Susanti & Dwi Putra Darmawan, *Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur*, Jurnal Manajemen Agribisnis, Vol. 2, No. 1, 2014.
- Ella Alfianita, Andy Fefta Wijaya, & Siswidiyanto, “Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Perspektif Good Governance”, *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3, No. 5, Hlm. 758-762, 2016.
- Hakim Muhammad Aziz, *Menguasai Pasar Mengeruk Untung*. Jakarta: Renaisan PT. Krisna Persada, 2005.
- Hari Waluyo, *Pasar Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Belanja*, Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006.
- Hasibuan Malayu S.P, *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: PT Toko Gunung, 2005.
- Istijabatul Aliyah, *Penguatan Sinergi Antara Pasar Tradisional dan Modern Dalam Rangka Mewujudkan Pemerataan Pembangunan Ekonomi Kerakyatan*, Jurnal Arsitektur Universitas Bandar Lampung, Vol 4, No. 2, , hlm. 23-30, 2014.
- Karim Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi Kelima. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Kotler Philip, *Menejemen Pemasara*. Jakarta: Erlangga, 1990.
- Kotler Philip, Armstrong Gary, dan Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia, 1996.
- Luluk Nur Azizah, *Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil*, Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen, Vol. IV, No. 1, Hlm. 823-831, 2019.
- Moleong, L. J, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.

- Muhamad Ihsan Hidayatullah, *Pengaruh Keberadaan Ritel Modern Terhadap Ritel Tradisional di Kecamatan Samarinda Ulu Kota Samarinda*, Jurnal Ilmu Ekonomi Mulawarman, Vol. 4, No. 1, 2019.
- Mujahidin Akhmad, *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007.
- Mujahidin Akhmad, *Wewenang Hisbah Dalam Transaksi Perdagangan*. Pekanbaru: Susuka Press, 2007.
- Munir Muhammad, *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2009.
- Nurhayati Siti Fatimah, *Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Musyawarah Untuk Mufakat*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 18, Nomor 1, Juni 2014.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
- Perpres No. 112 Tahun 2007 tentang Pembangunan, Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional.
- Rismayani, *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Keenam. Bandung: Mizzan, 1999.
- Rusham, *Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kabupaten Bekasi*. Jurnal: Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen dan Kewirausahaan "Optimal" Vol.10, No. 2 September 2016.
- Sadino & Joesron Alie Syahbana, *Pasar Tradisional Versus Pasar Modern di Daerah Perkotaan*, Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota, Vol 10, No. 2, Juni 2014, hlm.205-217.
- Sugeng Widodo & Ferdina Watiningsih, *Peran Pasar Tradisional dan Pasar Kontemporer Sebagai Karakteristik Bangsa dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Lingkungan Kota Tangerang Selatan*, Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi, Vol. 2, No.1 Februari 2020, hlm. 95-107.
- Sinaga Pariaman, *Penelitian Dampak Keberadaan Pasar Modern (Supermarket dan Hypermarket) Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Waserda dan Pasar Tradisional*. Jurnal Pengkajian Koperasi dan UKM: Nomor 1 tahun 1-2006: 8.
- Samsul Ridho, *Wawancara*. Pancor, 7 Oktober 2020.
- Sjafrizal, *Ekonomi Regional*. Jakarta: Niaga Swadaya, 2008.
- Siswanto, *Pengantar Akuntansi*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012.

Stephen Mary Colter, *Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2010.

Supadie Didiek Saiful, *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah Dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2013.

Surahmat, *Dasar dan Teknik Riset*. Bandung: Tarsito, 1998.

Suyanto, *Marketing Strategy*. Yogyakarta: Andi, 2007.



Perpustakaan UIN Mataram

LAMPIRAN

L. 1 Gambar Pasar Pancor Lombok Timur



L. 2 Gambar Musolla dan Area Parkir Pasar Pancor Lombok Timur



L.3 Gambar Peneliti dan Kepala Pasar (Sesi Wawancara)



L.4 Gambar Peneliti dan Pedagang Pasar Pancor



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

L.5 Gambar Kondisi Pasar Pancor





L. 6 Pedoman Wawancara

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M
PEDOMAN WAWANCARA

- **Identitas Responden**

Nama :

Jenis Kelamin :

Tanggal Wawancara :

- **Informasi Strategi Pengelola dalam Pengelolaan Pasar Umum Pancor dalam Menghadapi Keberadaan Supermarket di Kabupaten Lombok Timur**

1. Bisakah bapak menjelaskan latar belakang berdirinya pasar umum pancor?
2. Berapa banyak kios, los, lapak, pedagang, dan omset pasar perbulan?
3. Apakah pasar beroperasi tiap hari? dan jam operasional seperti apa?

4. Apakah selama masa pandemi covid -19 terdapat penurunan omset pasar atau pedagang?
5. Strategi apa yang Bapak terapkan sebagai pengelola dalam mempertahankan eksistensi atau keberadaan pasar umum pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket?
6. Bagaimana penerapan strategi tersebut dalam pengelolaan pasar dalam dalam menghadapi keberadaan supermarket?
7. Apakah dalam menjalankan strategi pengelolaan tersebut terdapat faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam menghadapi keberadaan supermarket?
8. Bagaimana dampak strategi pengelolaan pasar yang bapak jalankan terhadap eksistensi pasar umum pancor dalam menghadapi keberadaan pasar modern atau supermarket?
9. Apakah terdapat inovasi atau terobosan baru dalam pengelolaan pasar umum pancor dalam menghadapi keberadaan supermarket?
10. Bagaimana strategi pengelolaan pemeliharaan sarana dan prasarana pasar, pedagang, sampah pasar, keamanan, kebersihan, dan pembangunan pasar?
11. Apakah ada program pemberdayaan dan pembinaan peningkatan kompetensi sumber daya pasar baik manajemen pasar, pedagang, buruh pasar, penjaga kebersihan, dan penjaga keamanan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan pasar umum pancor?
12. Bagaimana bentuk strategi promosi pasar yang dilakukan Bapak agar pasar umum pancor tetap eksis baik dikalangan pedagang, pembeli, atau pun masyarakat umum lainnya?
13. Apakah terdapat peningkatan pendapatan pasar setelah menjalankan strategi pengelolaan di atas baik dalam pengelolaan tenaga pasar (SDM) dan fasilitas pasar.
14. Apakah dalam menjalankan pengelolaan pasar dikenakan biaya retribusi atau sewa, biaya keamanan, dan kebersihan bagi para pedagang? Berapa besarnya?

15. Apakah ada kerjasama yang sudah dijalankan dengan pihak pemerintah, swasta, ataupun LSM dalam menjaga eksistensi pasar di tengah keberadaan supermarket?

16. Apakah ada bentuk sanksi atau denda kepada para staf manajemen pasar, pedagang, buruh pasar, atau pun pelanggan jika melakukan pelanggaran ataupun kecurangan dalam bertransaksi di pasar? seperti apa bentuk sanksi yang diberikan?



Perpustakaan UIN Mataram



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Pendidikan No. 35 Mataram, Telp. (0370) 621298, 634490 Fax. (0370) 625337 Mataram - NTB
 website : <http://febl.uinmataram.ac.id>, email : febl@uinmataram.ac.id

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ahmad Zainul
 NIM : 160203077
 Pembimbing II : Umu Rosyidah, M.E.I
 Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Umum Pancor Lombok Timur menghadapi Keberadaan Supermarket (studi kasus di pasar umum pancor Kabupaten Lombok Timur)

Tanggal	Materi Konsultasi/Catatan/Saran/Perbaikan	Tanda Tangan
17/06/2021	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki Bab 1-3, lihat catatan saran pada skripsi. - Buat pedoman wawancara, Breakdown dari kerangka teori, sesuaikan dengan indikator variabelnya. - Paparkan hasil penelitian secara terstruktur, perbaiki profil lembaga. - Ikuti sistematika pedoman skripsi FEBI 2019. 	
29/06/2021	<ul style="list-style-type: none"> - Paparan data sesuaikan dengan item pedoman wawancara - Pada paparan data berisi hasil wawancara saja lalu buatlah rekapan hasil sebagai temuan penelitian - Atur footnote dan cara penomoran dengan benar. - Tambah hasil wawancara informan disetiap item pedoman - Perbanyak dan pertajam analisis pada pembahasan 	
30/06/2021	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki penulisan tiap paragraf. - Perhatikan cara pemaparan hasil wawancara. Cek spasinya - Pada pembahasan perkuat dengan teori – teori dari kerangka teori, jurnal, buku, dan lain-lain kemudian dianalisis secara tajam. - Untuk kesimpulan harus bisa menjawab rumusan - Tambah saran-sarannya - Pembahasan di sub kedua ditambah analisisnya 	
01/07/2021	<ul style="list-style-type: none"> - Edit teks, layout, footnote dan spasinya - Perbaiki kesimpulan - Perbaiki daftar pustaka - ACC skripsi 	

Mengetahui
 Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam

 Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
 NIP. 19711104199731001

Mataram, 01 Juli 2021

Pembimbing II

Umu Rosyidah, M.E.I

NIP. 197412092003122001