

## STRATEGI PENINGKATAN OMSET PENJUALAN BAGI PEDAGANG PASAR BULU SETELAH RENOVASI

Oleh: Emaya Kurniawati, Wyati Saddewisasi, Sri Yuni Widowati\*)

### Abstrak

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mencari solusi dan menetapkan strategi pedagang Pasar Bulu agar dapat meningkatkan omset penjualannya.

Metodologi penelitian ini adalah dengan metode pemecahan masalah dengan menggunakan Deskriptif kualitatif dan analisis SWOT dengan melakukan pengamatan langsung atau observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa pedagang di Pasar Bulu Semarang berada dalam strategi pertumbuhan yang mana didesain untuk mencapai pertumbuhan baik dalam penjualan, modal maupun keuntungan atau kombinasi ketiganya. Dimana harus mempertahankan kekuatan dan peluang yang ada serta meminimalkan ancaman dan kelemahan yang dimiliki pedagang Pasar Bulu

Kata-kata Kunci :Pasar tradisional, Analisis SWOT

### Abstract

*The purpose of this research is to find solutions and determine the strategies of Fur Market traders in order to increase their sales turnover.*

*The methodology of this research is the method of solving problems using qualitative descriptive and SWOT analysis by making direct observations or observations, interviews and documentation.*

*The results of the SWOT analysis of traders at the Semarang Fur Market are in a growth strategy which is designed to achieve growth in sales, capital or profits or a combination of the three. Where must maintain the strengths and opportunities that exist and minimize the threats and weaknesses that have Fur Market traders*

*Keywords: Traditional markets, SWOT analysis*

### 1. Pendahuluan

Perkembangan pertumbuhan perekonomian yang ada saat ini telah membawa dampak yang begitu hebat terhadap perkembangan di berbagai bidang usaha masyarakat. Hal tersebut dapat kita lihat dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang tumbuh saat ini, baik itu perusahaan yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Untuk perusahaan-perusahaan dagang sendiri banyak tumbuh dan berkembang perusahaan-perusahaan baru di berbagai wilayah mulai dari pelosok sampai perkotaan. Tampaknya setiap orang berusaha untuk mencoba untuk menggali potensi

yang ada ke dalam bentuk usaha, tanpa mempertimbangkan perkembangan usaha mereka di kemudian hari. Sehingga pertumbuhan perekonomian di sektor perdagangan ini tumbuh seperti jamur di musim hujan yang berdiri dimana-mana.

Meskipun telah bertambahnya jenis perdagangan dengan sistem yang modern atau dengan teknologi yang canggih, tetapi keberadaan pasar tradisional masih dibutuhkan oleh masyarakat, hal ini dapat dilihat kondisi pasar tradisional masih ramai dikunjungi oleh masyarakat khususnya masyarakat yang membutuhkan berbagai macam kebutuhan

\*) Emaya Kurniawati, Wyati Saddewisasi, Sri Yuni Widowati adalah dosen USM Semarang

dan dapat membeli secara eceran dalam jumlah sedikit. Keberadaan pasar tradisional yang masih diminati oleh masyarakat dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena di dalam pasar tradisional terdapat berbagai macam kebutuhan dari pakaian, elektronik, pecah belah hingga sayur dan ikan basah' tidak ketinggalan dengan pasar modern yang menjamur pada saat ini. Salah satu usaha yang dilakukan pemerintah adalah merenovasi pasar tradisional sehingga akan memberikan kenyamanan bagi penjual maupun pembeli dan juga akan menambah keindahan di lingkungan sekitarnya supaya tidak kelihatan kumuh

Berbeda dengan Keberadaan Pasar Bulu di Kota Semarang yang sudah dilakukan renovasi oleh Pemerintah Kota Semarang yang dibangun dengan megah berlantai 3, kenyataannya tidak menarik bagi pembeli untuk berbelanja di Pasar Bulu Semarang, berbeda dengan pada waktu sebelum renovasi keramaian pasar Bulu dapat terlihat setiap hari dari pagi petang sampai malam hari..Dengan berkurangnya jumlah pembeli dan pasar dalam keadaan sepi maka sangat pedagang, hal ini tidak dapat dibiarkan terlalu lama yang nantinya akan mengakibatkan penutupan toko, maka dari itu perlu dicari penyebab dan strategi apa yang harus dilakukan baik pedagang maupun pemerintah.

Dari jenis bangunan yaitu kios dan los dari pemakaian pertama pasar setelah renovasi th 2015 hingga tahun 2018 mengalami penurunan yang pada saat ini kios dan los yang masih buka kurang lebih hanya 60%. Hal ini menurut Kepala Kantor Pasar Bulu karena sepi pembeli yang lama kelamaan pedagang bangkrut sehingga memilih

untuk menutup kiosnya dan tidak berdagang lagi di Pasar Bulu

## **2.Kajian Pustaka.**

### **2.1.Pengertian Pasar**

Pasar merupakan suatu tempat bertemunya antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi, yang mempunyai fungsi masing-masing. Yang mana didalamnya ada suatu aktivitas penawaran dan permintaan.

Pengertian pasar menurut Kotler dan Armstrong Menurut pendapat Kotler dan Armstrong pengertian pasar merupakan suatu perangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu jenis produk atau jasa. Ukuran pasar itu sendiri dapat kita lihat dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan, dan kemampuan dalam bertransaksi.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan beberapa ciri – ciri pasar, antara lain :

1. Terdapat calon pembeli dan penjual.
2. Terdapat jasa ataupun barang yang hendak untuk diperjualbelikan.
3. Terdapat proses permintaan serta penawaran oleh kedua pihak.
4. Terdapat interaksi diantara pembeli dan penjual baik itu secara langsung ataupun tidak langsung.

### **2.2.Pengertian Strategi**

Menurut Yoshida (2006) strategi merupakan cara-cara yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya melalui segala keunggulan organisasi dalam menghadapi tantangan dan ancaman yang dihadapi dimasa mendatang oleh organisasi yang bersangkutan. Sedangkan Rangkuti (2006), menyatakan bahwa

strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan dan yang dapat mempengaruhi organisasi.

Tangkilisan (2005) dalam bukunya Manajemen Publik, strategi adalah upaya pengembangan keunggulan organisasi atau institusi dalam lingkungan eksternal yang kompetitif untuk pencapaian tujuan atau sasaran organisasi. Davida dan Philips, 2009 (dalam jurnal Daniel Ofori dan Atioghe 2012:67) mengemukakan bahwa strategi sangat dibutuhkan untuk menyesuaikan organisasi dengan kondisi kompetitif dari lingkungan eksternal. Strategi suatu organisasi akan bermanfaat dan optimal apabila dikelola dengan baik.

### **2.3. Jenis-jenis Strategi**

Dalam buku Jatmiko (2003) jenis-jenis strategi adalah sebagai berikut :

#### **1. Strategi pertumbuhan**

Pertumbuhan suatu perusahaan merupakan hasil dari variabel- variabel sumber daya finansial perusahaan. Organisasi, produk dan jasa yang dihasilkan, kondisi lingkungan eksternalnya, kemampuan dan skill manajemennya. Kemampuan manajemen untuk menilai variabel-variabel tersebut secara tepat adalah esensi pertumbuhan. Terdapat beberapa jenis strategi perusahaan yang dikategorikan kedalam strategi pertumbuhan yaitu:

##### **a. Pertumbuhan konsentrasi**

Pertumbuhan konsentrasi adalah strategi untuk meningkatkan penggunaan produk-produk yang telah ada (produk lama) di

dalam pasar yang ada (pasar) atau disebut penetrasi pasar.

##### **b. Strategi Integral Vertikal**

Strategi vertikal menunjukkan bahwa suatu bisnis bergerak ke arah yang melayani pelanggan atau pemakai akhir suatu produk.

##### **c. Strategi Diversifikasi**

Strategi Diversifikasi merupakan alternatif strategi yang mempunyai resiko besar dan salah satu yang memiliki derajat sinergi paling rendah.

#### **2. Strategi Stabilitas**

Strategi stabilitas berarti bahwa organisasi tetap melanjutkan pekerjaan atau aktivitas yang sama dengan sebelumnya. Asumsinya bahwa lingkungan eksternal tidak akan mengalami perubahan yang signifikan pada jangka pendek. Strategi ini merupakan sikap menunggu (*wait and see*) strategi ini dapat menguntungkan dan merugikan bagi perusahaan, tergantung bagaimana respon.

#### **3. Strategi penciutan atau Strategi Bertahan**

Strategi ini diterapkan perusahaan yang merasa bahwa strateginya tidak sesuai dengan sasaran atau misi dasarnya; Sehingga perusahaan perlu mengurangi skala operasionalnya

#### **4. Strategi Kombinasi**

Strategi ini digunakan apabila suatu korporasi organisasi perusahaan dalam waktu bersamaan menerapkan strategi yang berbeda untuk setiap unit bisnis strategi yang berbeda

### **2.3. Pengertian Omzet Penjualan**

Swastha dan Irawan (2003) berpendapat bahwa omzet penjualan adalah suatu studi yang

mendalam mengenai masalah jumlah pendapatan dan laporan laba rugi suatu perusahaan, faktor-faktor yang mempengaruhi omzet penjualan tersebut meliputi:

- a) Kondisi dan kemampuan penjual
- b) Kondisi pasar
- c) Modal
- d) Kondisi organisasi perusahaan

Menurut Horngren, Foster dan Datar yang dikutip oleh Basu Swastha (2005:58), volume penjualan adalah ukuran aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan kapasitas dalam satuan uang atau unit produk dimana manajemen akan berusaha untuk mempertahankan volume yang menggunakan kapasitas yang ada dengan sebaik mungkin.

### **3. Metodologi Penelitian**

#### **3.1. Desain Study Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yaitu berusaha mengungkap penyebab turunnya omset penjualan pedagang Pasar Bulu setelah Pemerintah Kota Semarang merenovasi Pasar Bulu, dampak dari turunnya omset penjualan terhadap pedagang di Pasar Bulu sangat berpengaruh pada tingkat ekonomi pedagang tersebut dalam mencukupi kebutuhan keluarga. dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan omset penjualan pedagang di Pasar Bulu Semarang. Digunakannya metode kualitatif diharapkan dapat menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan perilaku yang dapat diamati suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu yang dikaji dari

suatu sudut pandang yang utuh. Analisis dalam penelitian ini akan menggunakan metode yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (dalam Sugiono, 2010) yaitu aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh dengan komponen utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

#### **3.2. Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini adalah inferensial yaitu penelitian yang tidak hanya sekedar melukiskan keadaan subjek atau perusahaan, tetapi juga dengan menggunakan perhitungan-perhitungan data sampel untuk menyimpulkan karakter populasi yang lebih luas. (Marzuki, 2005). Adapun sumber data dalam penelitian ini ada 2 macam sumber data yaitu :

##### **a. Data Primer**

Data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti, dalam hal ini adalah wawancara yang dilakukan dengan pedagang yang berjualan di pasar bulu Semarang dan Petugas kantor Pasar Bulu Semarang.

##### **b. Data Sekunder**

Data yang diperoleh secara tidak langsung, untuk mendukung penelitian ini penulis mendapatkan dari literature, diktat, buku yang berkaitan dengan penelitian.

#### **3.3. Metode Pengumpulan Data**

##### **1. Metode Pertanyaan atau Kuesioner**

Metode ini diperoleh dengan memberikan lembar kuesioner melalui angket yang diajukan kepada responden yang memuat aspek-aspek yang diteliti

## 2. Metode Wawancara atau interview

Metode ini dengan mengumpulkan data dengan cara wawancara langsung dengan pedagang di Pasar Bulu Semarang. Wawancara yang dilakukan adalah wawancara secara mendalam yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan responden. Wawancara dilakukan kepada pedagang di Pasar Bulu bertujuan untuk memperoleh data yang lebih mendalam, karena dengan teknik wawancara peneliti mampu menggali pemikiran dan pendapat secara detail. Oleh karena itu diperlukan keterampilan dari peneliti dalam berkomunikasi dengan responden dalam upaya memperoleh data.

### 3.4. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini data dari hasil penelitian metode analisis yang digunakan adalah analisis Deskriptif kualitatif dan analisis SWOT dengan melakukan pengamatan langsung atau observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode deskriptif kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi dan suatu sistem pemikiran serta peristiwa yang akan terjadi (Sugiyono 2010).

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan salah satu metode pemecahan masalah dengan cara menggambarkan subjek atau objek penelitian saat ini dengan fakta yang tampak (Soejono dan Abdurrahman dalam Pradikta, 2013:37). Dalam penelitian ini, metode analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran faktor penyebab turunnya omset atau pendapatan

pedagang setelah Pasar Bulu direnovasi. Dan penghambat pengembangan Pasar Bulu setelah Renovasi. Dengan menggunakan analisis deskriptif, maka data yang akan disajikan berupa data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari perilaku yang diamati (Pradikta, 2013:37)

Digunakannya penelitian kualitatif ini bertujuan agar lebih mendalam dalam memahami makna sebenarnya mengenai fenomena turunnya omset penjualan Pedagang di Pasar Bulu Semarang setelah renovasi pasar.

#### 2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis yang berdasarkan pada anggapan bahwa suatu strategi yang efektif berasal dari sumber daya internal (strength dan weakness) dan eksternal (opportunity dan threat). Keuntungan dari analisis SWOT adalah menghubungkan faktor internal dan eksternal untuk merangsang strategi baru, oleh karena itu perencanaan yang berdasarkan pada sumber daya dan kompetensi dapat memperkaya analisis SWOT dengan mengembangkan perspektif internal (Dyson, 2002).

SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) lingkungan internal dan *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) lingkungan eksternal dalam dunia bisnis (Rangkuti, 2014:20). Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

### **3.5.Obyek Penelitian dan Subyek Penelitian**

Obyek Penelitian, dimana Lokasi yang dipilih dalam Penelitian ini adalah Pasar Bulu Semarang. Subyek Penelitian, sebagai Subyek dalam penelitian ini adalah Pedagang di pasar Bulu yang sudah lama berdagang di Pasar Bulu dan Pengelola Pasar Bulu

## **4.Hasil Penelitian dan Bahasan**

### **4.1.Gambaran Umum Obyek penelitian**

Pasar Bulu merupakan salah satu pasar tradisional yang ada di kota Semarang, yang eksis berdiri sejak 72 tahun yang lalu. Semakin tahun kondisinya sangat memprihatinkan yaitu sangat kumuh dan pedagang meluber ke jalan. Walaupun kondisi pasar Bulu yang kumuh dan becek tetapi kehidupan sebagai pasar tradisional terlihat sangat ramai pengunjung dan pembeli sampai malam hari

Melihat kondisi Pasar Bulu yang sangat memprihatinkan tersebut menggugah Pemerintah Kota Semarang untuk melakukan renovasi supaya masyarakat lebih nyaman dalam berbelanja dan tetap eksis keberaannya ditengah maraknya toko-toko modern sehingga mampu bersaing.. Selain itu pertimbangan pemerintah dalam merenovasi Pasar Bulu adalah karena lokasi Pasar Bulu letaknya Strategis di pusat kota dengan dikelilingi Tugu Muda, Gedung Lawang Sewu, Museum Mandala Bhakti, Wisma Perdamaian dan Pusat oleh-oleh Jl. Pandanaran.

Renovasi Pasar Bulu dilakukan sejak Tahun 2012 dengan dana yang diperoleh dari anggaran pendapatan belanja negara, APBD Provinsi Jateng dan APBD Kota Semarang. Pembangunan Renovasi Pasar Bulu selesai dan diresmikan pemakainnya pada tanggal 30

Desember 2014, Pasar yang sudah selesai direnovasi terdiri dari tiga lantai yakni lantai satu untuk pedagang sembako dan pakaian, lantai dua untuk pedagang daging, ayam potong, ikan basah dan roti serta lantai tiga untuk pedagang grosir gerabah.

Beberapa waktu setelah peresmian aktivitas Pasar Bulu terkesan sepi pengunjung dan pembeli, Kehidupan dan keramaian Pasar bulu sebelum renovasi sudah tidak terlihat lagi. Karena sepi pengunjung dan pembeli maka para pedagang menutup kiosnya pukul 16.00 WIB hari ini berbeda jauh dengan keadaan pasar bulu sebelum renovasi yang mana pedagang menutup kios atau dagangannya sampai pukul 21.00 WIB apalagi menjelang lebaran atau tahun ajaran baru pasar bulu semakin ramai pengunjung dan pembeli untuk memenuhi kebutuhan lebaran dan kebutuhan anak sekolah.

Jumlah pedagang Pasar Bulu mulai awal pemakaian pasar bulu setelah renovasi th 2015 sampai sekarang tahun 2018 jumlahnya semakin menurun, hal ini disebabkan para pedagang pendapatannya atau omset penjualannya semakin hari tidak semakin ramai tetapi semakin menurun bahkan ada yang tidak laku sama sekali. Hal ini yang membuat para pedagang menutup kiosnya atau losnya.

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan mendiskripsikan perkembangan pasar tradisional di Kota Semarang khususnya Pasar Bulu, dan juga mendiskriptifkan perkembangan omset penjualan bagi pedagang dengan kondisi pasar setelah direnovasi. Adapun data didapat dari hasil

wawancara dengan pedagang dan instansi terkait yaitu petugas di kantor Pasar Bulu.

Dari hasil pengumpulan data dan wawancara juga dianalisis dengan SWOT untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi pedagang. Analisis SWOT menyediakan pemahaman realistis tentang hubungan suatu organisasi dengan lingkungannya untuk mendapatkan terciptanya strategi yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada. Dengan gambaran tersebut kita akan dapat melihat bagaimana strategi pengembangan Pasar Bulu sehingga pedagang dapat meningkatkan omset penjualannya

#### **Informan (responden)**

Informan merupakan hal terpenting karena informan adalah yang akan memberi informasi kunci dari apa yang akan diteliti, dan informan dalam penelitian ini adalah pedagang Pasar Bulu yang sudah menjadi pedagang di Pasar Bulu sejak Pasar Bulu belum direnovasi sampai sekarang Pasar Bulu setelah direnovasi. Informan atau responden berjumlah 4 orang mewakili pedagang lainnya yaitu pedagang baju, pedagang buah, pedagang sayur, pedagang daging, dan pedagang gerabah. Informan 1 (Pedagang pakaian /baju)

Kios yang ditempati berada di lantai 1 (satu), yang mana kios yang diperuntukkan untuk pedagang baju. Sebagai pedagang baju atau pakaian yang sudah berjualan selama kurang lebih 30 tahun sangat merasakan perbedaan yang sangat tajam dalam hal pendapatan atau hasil penjualannya yang dirasakan setelah Pasar Bulu

direnovasi. Pendapatan yang diterima penurunnya sampai 75%, kondisi ini benar – benar sangat dirasakan pada waktu menjelang lebaran tahun ini sangat sepi, menurutnya penurunan penjualan bisa dikarenakan sekarang banyak toko-toko baju atau mall yang menjual pakaian atau baju yang mungkin lebih disenangi oleh pembeli., hal ini sangat berbeda jauh dengan kondisi sebelumnya yaitu pada waktu pasar belum direnovasi menjelang lebaran dan tahun ajaran baru tokonya sangat ramai dengan pembeli dan toko baru tutup pukul 21.00, sangat berbeda jauh dengan sekarang pukul 15.00 sudah sangat sepi kondisi pasar.

#### **Informan 2 (pedagang Buah)**

Informan kedua yang peneliti temui adalah pedagang buah yang berada di lantai dua pasar bulu. Pedagang buah tersebut adalah ibu Suratinah usia 40 th. Informan ini sudah berjualan buah di pasar bulu selama kurang lebih 30 tahun sejak kondisi pasar bulu masih kotor becek sampai sekarang.

Sebenarnya ibu Suratinah mendapatkan kios buah yang lokasinya di lantai 2 (dua) dan tidak diharuskan bayar sewa hanya membayar retribusi sebesar Rp. 2.000,-. Kios buah yang dididatkannya tidak ditempati karena lokasinya sebelah dalam dan sepi pengunjung atau pembeli, maka bu Suratinah memilih menjual dagangannya tidak di kios yang diperolehnya tetapi menjual dagangannya di pinggir jalan di lantai 2.(dua)

Dari hasil wawancara yang mendalam dengan informan kedua ini ibu Sutinah merasakan pendapatan hasil penjualan buah menurun kurang lebih 50%, bahkan pernah dalam satu hari tidak

laku sama sekali, menurut informan ini pembeli malas untuk naik ke lantai dua apalagi pembelinya orang yang usia sudah tidak muda lagi.

Karena kondisi pasar yang sepi pengunjung maka bu Suratinah sore jam 16.00 sudah tutup, hal sangat berbeda jauh dengan kondisi pasar pada waktu pasar sebelum direnovasi bisa tutup sampai jam 21.00 WIB

Fasilitas Pasar Bulu setelah renovasi dinilai oleh informan kedua ini cukup baik dan lengkap yaitu ada toilet dan mushola, Untuk kebersihan dan sampah pedagang setiap hari pemerintah sudah menyediakan tempat sampah yang memadai dan kebersihan pasar juga sangat diperhatikan oleh Pemerintah Kota Semarang.

#### **Informan 3 (pedagang sayur)**

Informan ini bernama ibu Ngatemi yang sudah berjualan di pasar bulu kurang lebih tiga puluh tahun, yang dirasakan kondisi sekarang sangat sulit pendapatan menurun drastis yaitu penurunan mencapai 75%.

Ibu Ngatemi ini sebenarnya mendapat kios di kelompok kios sayuran dikarenakan tempat yang menjadi miliknya tersebut sepi dari pengunjung dan jarang dilewati pengunjung, maka dalam berjualannya menempati los di wilayah daging atau ikan, yang dirasa sering lebih banyak pengunjung.

Karena sepi dengan pengunjung dan pembeli maka ibu Ngatemi setiap hari membuat keputusan menutup kiosnya sebelum jam 16.00 WIB, berbeda jauh dengan penjualan pada waktu pasar bulu belum direnovasi pembeli masih ramai sampai malam sehingga kios tutup pukul 21.00

Menurut informan ini sebetulnya pembangunan pasar lebih baik dan bersih serta fasilitas juga lebih lengkap jika dibandingkan pada waktu pasar belum direnovasi, tetapi mengapa sepi pengunjung apalagi untuk membeli dagangannya

#### **Informan 4 (pedagang daging)**

Informan keempat disini adalah Ibu prima, usia 60 th. dagangan daging sapi. Menurut informan ini pendapatan hasil penjualan daging menurun hingga 50%, menurutnya penurunan penjualan dikarenakan letak penjual daging berada di lantai 2 yang membuat pembeli tidak mau belanja sampai ke lantai 2 karena pada umumnya pembelinya adalah ibu-ibu.

Untuk fasilitas yang disediakan pemerintah di Pasar Bulu setelah renovasi sudah cukup memadai dan bersih yaitu toilet dan musholla yang cukup luas, bahkan untuk memudahkan pembeli naik ke lantai 2 dan 3 disediakan pula escalator.

Walaupun kondisi pasar sepi informan ini tidak pindah ke pasar lain dikarenakan masih ada beberapa pelanggan yang masih mau datang membeli daging di tempatnya.

#### **Informan 5 (pedagang alat rumah tangga atau grabah)**

Ibu wuryani usia 60 tahun sebagai pedagang alat rumah tangga dan grabah di Pasar Bulu, sepi pembeli juga dirasakan oleh ibu Muryani setelah pasar direnovasi. hal ini pernah terjadi dalam satu hari tidak ada yang membeli dagangannya.

Menurut ibu wuryani renovasi pasar bulu berdampak pada penjualan hampir semua

pedagang yaitu penurunan pendapatan atau penurunan penjualan karena kondisi pasar yang sepi maka pukul 16.00 WIB sudah tutup kiosnya dan kondisi pasar sudah sepi. hal ini sangat berbeda jauh dengan keadaan Pasar Bulu pada waktu sebelum direnovasi walaupun kumuh dan becek tetapi pembelinya ramai maka tutup kios sampai pukul 21.00 WIB

Menurut bu Wuryani sepi nya pembeli bias dikarenakan masih kurangnya petunjuk arah untuk menuju kios atau tempat yang mana dituju oleh pembeli, jadi pembeli mengalami kesulitan untuk menemukan jalan untuk keluar maupun jalan masuk menuju penjual yang akan dituju. Penurunan pendapatan yang dirasakan oleh ibu muryani yaitu sampai sebesar 75 % , Ibu Muryani berharap agar Pemerintah Kota Semarang dapat memberikansolusi untuk dapat meramaikan pengunjung Pasar Bulu.

#### **4.2. Analisis SWOT**

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yaitu yaitu 4 (empat pedagang di pasar bulu , maka diperoleh bebrapa faktor dari kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*). Adapun faktor-faktornya sebagai berikut:

##### **1. Kekuatan (*strenght*)**

Yang menjadi kekuatan pedagang yang berjualan di pasar bulu adalah sebagai berikut:

###### **a. Adanya proses tawar menawar**

Dalam transaksi jual beli antara pedagnag dan pembeli masih ada proses tawar menawar yang mana pedagang memberikan harga barang dagangannya dengan harga tertentu kemudian

pemebli akan menawar sehingga terjadi kesepakatan harga

###### **b. Lokasi pasar strategis**

Lokasi Pasar Bulu letaknya sangat

strategis yaitu di tengah kota semarang

dan dekat dengan keramaian khususnya tujuan wisata Kota Semarang. Transportasi untuk ke Pasar Bulu mudah diakses dengan kendaraan umum yaitu angkot dan Bis Trans Semarang (BRT) yang mana penumpang dapat turun di depan Pasar Bulu.

###### **c. Menyediakan kebutuhan pokok**

Pasar Bulu merupakan pasar tradisional yang menyediakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat mulai alat rumah tangga sampai kebutuhan sehari-hari.

###### **d. Harga terjangkau**

Harga barang atau dagangan di Pasar Bulu sangat terjangkau oleh masyarakat dan harganya relatif lebih murah jika dibandingkan dengan harga di toko modern atau mall yang ada di Kota Semarang.

###### **e. Pedagang tidak dikenakan biaya sewa**

Pedagang yang berjualan di Pasar Bulu selama ini tidak dikenakan biaya sewa oleh Pemerintah Kota Semarang hanya dikenakan retribusi pasar dan sampah yang dipungut setiap hari.

##### **2. Kelemahan (*weakness*)**

Yang menjadi kelemahan pedagang di

Pasar Bulu adalah :

###### **a. Masih ada pedagang yang kurang ramah dalam melayani pembeli**

Dalam melayani pembeli masih banyak pedagang yang kurang ramah misalnya apabila pembeli menawar barang

dagangannya banyak pedagang yang dengan sura keras menolaknya sehingga pembeli menjadi takut

b. Tidak pernah melakukan promosi

Selama ini pedagang hanya menjual barang dagangannya sesuai harganya dengan tidak pernah memberikan hadiah ataupun promosi-promosi untuk membuat pembeli tertarik

c. Penataan barang dagangan yang kurang menarik dan terlihat kotor

Penataan barang dagangan terkesan tidak rapi dan tidak tertata sehingga apabila ada pembeli yang mau membeli sesuatu barang masih harus dicarikan dahulu dimana meletakkannya, hal ini membuat pembeli terlalu lama menunggu

d. Modal pedagang masih kecil Barang dagangan yang dimiliki oleh pedagang masih belum lengkap dikarenakan modal yang dimiliki oleh para pedagang masih kecil yang biasanya berasal dari modal yang dimiliki sendiri.

e. Pengetahuan pedagang masih kurang

Pengetahuan pedagang tentang bagaimana memuaskan pembeli atau pelanggan dan bagaimana melayani pembeli dengan baik sangat kurang

3. Peluang (*opportunity*)

Peluang bagi pedagang di Pasar Bulu adalah

- a. Dukungan Pemerintah terhadap pasar tradisional pedagang di Pasar Bulu keberadaannya sangat mendapat dukungan penuh dari Pemerintah kota Semarang

sehingga perkembangan pasar tradisional khususnya Pasar Bulu menjadi lebih baik lagi.

- b. Pedagang di Pasar Bulu masih eksis dan dibutuhkan untuk masyarakat Kota Semarang, walaupun sudah banyak berdiri toko modern di berbagai tempat keberadaan pedagang Pasar Bulu masih dibutuhkan oleh masyarakat dikarenakan kelengkapan barang dagangan yang dijual di Pasar bulu.

- c. Masih ada pelanggan yang setia belanja di pasar Bulu

Pedagang di Pasar Bulu sampai sekarang masih memiliki pelanggan yang selalu setia berbelanja ditempatnya

- d. Adanya peluang kredit / dana bergulir dengan bunga lunak ke pengusaha/ pedagang

Untuk usaha kecil Pemerintah Kota Semarang sangat mendukung untuk perkembangannya salah satunya dengan memberikan modal pinjaman dengan bunga yang sangat lunak untuk pengembangan usaha khususnya pedagang di Pasar Bulu

- e. Adanya kesempatan kerjasama dengan pihak ketiga/ kemitraan.

Selain memberikan pinjaman dengan bunga lunak pemerintah Kota Semarang juga membuka kesempatan bagi para pedagang untuk bisa bekerja sama dengan pihak ketiga yang mana pemerintah sebagai fasilitator

4. Ancaman (*threats*)

Yang menjadi ancaman bagi pedagang di pasar bulu adalah :

- a. Berkurangnya pembeli karena banyaknya toko modern.

Dengan maraknya pendirian toko modern di Kota Semarang sangat berpengaruh terhadap penjualan pedagang di Pasar Bulu

- b. Banyak pedagang yang menjual barang sejenis. Dalam satu pasar banyak penjual yang menjual barang dagangan sejenis atau sama dengan pedagang lainnya, jadi pedagang harus pandai-pandainya menarik pembeli untuk membeli barang dagangannya
- c. Perilaku persaingan antar pedagang yang tidak sehat  
Karena banyaknya pedagang yang menjual barang dagangan yang sejenis maka akan timbul konflik yaitu terjadinya persaingan antar pedagang yang tidak sehat.
- d. Pergeseran budaya dan perilaku pembeli  
Dengan perkembangan jaman dan kemutakiran teknologi maka terjadi pergeseran atau perubahan budaya perilaku masyarakat yang merasa lebih gengsi apabila belanja di toko modern
- e. Berkurangnya pemasok karena omset yang rendah  
Pemasalahan yang dialami pedagang Pasar Bulu yaitu berkurangnya pemasok atau distributor yang menawarkan barang dagangan dikarenakan barang dagangannya lama lakunya

## **5.Simpulan dan Saran**

### **5.1.Simpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian pada pedagang di Pasar bulu Semarang dalam upaya meningkatkan omset penjualan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari penyebab menurunnya omzet penjualan terutama pada

penempatan pedagang yang tidak sesuai dengan jenis dagangannya.

Berdasarkan hasil analisis SWOT hasil yang didapat adalah sebagai berikut :

- a. Kelebihan yang terdapat pada pedagang Pasar Buku antara lain lengkapnya barang dagangan yang jual dengan harga yang lebih murah dan pembeli dapat menawar dari harga yang sudah ditetapkan oleh pedagang.
- b. Kelemahan yang ada diantaranya adalah pedagang kurang ramah dalam melayani pembeli dan penataan barang dagangan yang kurang menarik dan kurang rapi
- c. Peluang yang ditemukan sebagai pedagang adalah masih adanya pelanggan-pelanggan yang berbelanja di Pasar Bulu juga dukungan dari pemerintah untuk mendapatkan tambahan dana atau modal dengan bunga lunak sehingga bisa untuk menambah jumlah dan jenis barang dagangan.
- d. Ancaman yang ditemukan antara lain yaitu makin maraknya pendirian toko modern sehingga sedikit banyak mengurangi penurunan jumlah penjual tentunya sangat mempengaruhi pemesanan barang dagangan pada pemasok atau distributor yang mengakibatkan penurunan pemasok atau distributor yang menawarkan barang dagangan kepada pedagang di Pasar Bulu.

Dengan hasil analisis SWOT untuk dapat meningkatkan omset penjualan pedagang di Pasar Bulu adalah harus dapat meminimalkan kelemahan-kelemahan internal pedagang dan berusaha menghindari ancaman-ancaman pada lingkungan eksternal pedagang Pasar Bulu

## 5.2.Saran

Adapun saran-saran sebagai berikut:

- 1.Pemerintah harus konsisten dengan perda atau kebijakannya untuk pendirian toko modern terutama jarak toko modern dengan pasar tradisional
- 2.Menambah sarana prasarana yang belum ada terutama untuk membuat lahan parkir di tiap lantai sehingga mempermudah pembeli untuk membawa barang belanjannya.
- 3.Pedagang diharapkan dapat merubah perilakunya terutama dalam memberikan pelayanan kepada pembeli
- 4.Pemerintah dapat melaksanakan event promosi pasar tradisional yang melibatkan pedagang dan masyarakat.

## 6.Daftar Rujukan

- Abdurrahman, Soejono.(2013). *Metode Penelitian: Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: PT Rineka Cipt.
- Arisa Viniyasi Lubis, Thomson Sebayang, Iskandarini(2013), *Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Tani Ubi Kayu.(Studi Kasus : Desa Lau Bekeri, Kecamatan Kutalimbaru,Kabupaten Deli Serdang*
- Arya Gede Rumiya (2013) , *Analisis turunnya Omset Penjualan Usaha Pengrajin Perak di desa Nagasepaha Kecamatan Buleleng Kabupaten Buleleng.*
- Fina Yuliani Arifin (2006), *AnalisisStrategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Pendapatn Iklan PT. Indosiar Visual Mandiri, Tbk.*
- Fred R. David (2017), *Manajemen Strategis Konsep*, Salemba empat
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat
- I Komang Gede Aditya Wiraguna, 2016, *Peranan Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan Omset Penjualan di PT. Kelapa Gading Denpasar*
- Marzuki, 2005, *Metodologi Riset*,Yogyakarta: Ekonisia.
- Novita Veronika Barus (2013), *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Pada Rumah Makan Embun Pagi Bengkulu*
- Rangkuti Freddy (2013) *Analisis SWOT; Teknik Membedah Bisnis Dan Ekonomi*, Penerbit :PT. Gramedia Pustaka Utama , Jakarta
- Sugiyono, (2010), *Memahami Penelitian Kualitatif*, cetakan kelima, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Swastha, Basu. 2003. *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta: BPFE
- Vivin Setyo Kusuma, 2012. *Faktor-faktor yang mempengaruhi omset penjualan Dan strategi pengembangan agroindustri minumna kesehatan merek "DIA" di Malang*