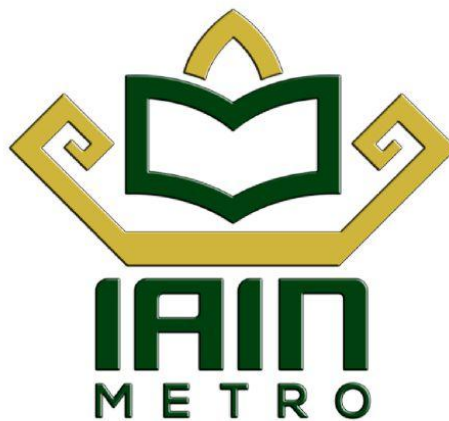


SKRIPSI

**ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL
YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT**

Oleh:

FARAH FA'ADILLAH
NPM : 1602100030



Jurusan: S1 Perbankan Syari'ah
Fakultas: Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1442 H / 2021 M

ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

FARAH FA'ADILLAH
NPM. 1602100030

Pembimbing I : Liberty, S.E., M.A

Pembimbing II : Esty Aprida Sari, M.Si

Jurusan S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1442 H/2021 M

NOTA DINAS

Nomor
Lampiran : 1 (Satu) Berkas
Prihal : Pengajuan Skripsi Untuk Di Munaqosyahkan

Kepada Yth
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan sebelumnya, maka skripsi saudara:

Nama : Farah Fa'adillah
Npm : 1602100030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR
TRADISIONAL YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN
METRO PUSAT**

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr, Wb

Pembimbing I



Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Metro, \ Januari 2021
Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si
NIP. 1988042720 1 503 20005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL
YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT
Nama : Farah Fa'adillah
Npm : 1602100030
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Sudah dapat dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Instiut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Metro, \ Januari 2021
Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si
NIP. 1988042720 1 503 20005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111
 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 0549/ln.28.3 / D / PP.00-g / 02 / 2021

Skripsi dengan judul : ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT, disusun oleh : Farah Fa'adillah, NPM : 1602100030, Jurusan S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Jum'at/ 29 Januari 2021.

TIM PENGLIJI

- | | | |
|------------------|-----------------------------------|---------|
| Ketua/ Moderator | : Liberty, SE.,MA | (.....) |
| Penguji I | : Selvia Nuriasari, M.E.I | (.....) |
| Penguji II | : Esty Apridasari, M.Si | (.....) |
| Sekretaris | : Ani Nurul Imtihanah ,SHI., M.Si | (.....) |

PANITIA MUNAQOSAH
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
 METRO

Mengetahui,
 Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
 NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT

Oleh :
FARAH FA'ADILLAH

Pasar dapat diciptakan dengan bergerak bersama-sama, maka akan tercipta sebuah market yang saling menghidupkan. Melerai persaingan yang mematkan, serta menumbuhkan rasa kedermawanan. Seperti halnya Pasar Yosomulyo Pelangi merupakan *market* yang menghidupkan. Tidak banyak merugikan, justru dapat memunculkan budaya cinta alam dan lingkungan serta membantu perekonomian masyarakat menjadi lebih baik. Pasar Yosomulyo Pelangi sudah melakukan 105 kali gelaran di hitung dari Bulan Oktober 2018 sampai Bulan Desember 2020 omset yang sudah di dapat sebesar Rp.3.737.385.000. Dapat dilihat pada tabel bahwa kenaikan omset tertinggi disebabkan karena adanya event band.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peningkatan omset pasar tradisional yosomulyo pelangi kecamatan metro pusat. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Untuk mengumpulkan data, peneliti mendapatkannya melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara di lakukan dengan *Founder* Payungi, Penggerak Payungi, dan Para Pedagang Payungi.

Berdasarkan hasil penelitian melalui metode wawancara bahwa upaya yang dilakukan untuk meningkatkan omset para pedagang yaitu memberikan pendampingan untuk menjamin mutu dagangannya itu sendiri, ketika kuliner itu tidak sesuai dengan selera pengunjung atau pembeli lama kelamaan akan menurun, bagaimana untuk meningkatkannya ketua dan tim-tim serta para pedagang harus saling memberikan motivasi, pendampingan, semangat dan pelatihan yang berkiatannya dengan kuliner supaya bisa di nikmati oleh pengunjung dengan nyaman dan tidak kecewa.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FARAH FA'ADILLAH
NPM : 1602100030
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 14 Januari 2021
Yang Menyatakan,



Farah Fa'adillah
NPM. 1602100030

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*.

(Q.S An-Nisa’ Ayat 29)

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas untuk diucapkan selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia serta kemudahan yang telah engkau berikan kepada peneliti sehingga karya sederhana ini dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, tauladan terbaik bagi umat manusia.

Ku persembahkan karya ini kepada :

1. Ayahanda tercinta Sugiyono dan Ibunda tercinta Tri Utami, yang dengan penuh cinta dan kasih sayangnya telah membesarkanku dengan penuh kesabaran, mendidik dan selalu mendoakanku demi keberhasilan serta mendukung segala langkahku menuju kesuksesan.
2. Kakak-kakaku tersayang Dian Maya Pertiwi dan Dwi Citra Pertiwi, terimakasih karena selalu mendukung serta mendoakanku.

3. Ibu Liberty S.E., M.A selaku Pembimbing I dan Ibu Esty Aprida Sari, M.Si selaku Pembimbing II yang selalu sabar dalam memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staff di IAIN Metro yang membantu selama proses perkuliahan.
5. Ketua Pasar Yosomulyo Pelangi yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti dan bersedia menjadi sumber informasi melalui wawancara untuk penelitian skripsi ini.
6. Almater pendidikan, Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
7. Kepada semua pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangi rasa hormat. Peneliti hanya bisa mengucapkan terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Proposal ini.

Proposal penelitian ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar S.E. Dalam upaya penyelesaian Proposal ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Widya Ninsiana M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Reonika Puspitasari, M.E.Sy selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah.
4. Ibu Liberty, S.E., M.A selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Esty Aprida Sari, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan dukungan, bantuan, perhatian dan bahan masukan yang bersifat membangun bagi kesempurnaan dalam menyusun proposal ini.
5. Seluruh Dosen IAIN Metro yang membimbing dan memberi motivasi peneliti untuk belajar menjadi lebih baik.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal ini, maka peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran positif yang dapat membantu memperbaiki penelitian ini.

Metro, 14 Januari 2021

Peneliti,



Farah Fa'adillah
NPM. 1602100030

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| NOTA DINAS | iii |
| PERSETUJUAN | iv |
| PENGESAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| ORISINILITAS PENEITIAN | vii |
| MOTTO | viii |
| PERSEMBAHAN | ix |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR ISI | xiii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB IPENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Pertanyaan Penelitian | 9 |
| C. Tujuan danManfaat Penelitian | 10 |
| D. Penelitian Relevan..... | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Omset..... | 14 |
| 1. Pengertian Omset..... | 14 |
| 2. Faktor-Faktor Peningkatan Omset..... | 15 |
| B. Pasar | 24 |
| 1. Pengertian Pasar | 24 |
| 2. Pengertian Pasar Tradisional | 27 |
| 3. Macam-Macam Pasar | 28 |
| 4. Peran Pasar Dalam Peningkatan Ekonomi | 31 |

| | | |
|-----------------------------|--|----|
| BAB III | METODE PENELITIAN | |
| | A. Jenis dan Sifat Penelitian..... | 34 |
| | 1. Jenis Penelitian | 34 |
| | 2. Sifat Penelitian..... | 34 |
| | B. Sumber Data | 35 |
| | 1. Sumber Data Primer | 35 |
| | 2. Sumber Data Sekunder | 35 |
| | C. Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| | 1. Wawancara | 36 |
| | 2. Dokumentasi..... | 37 |
| | D. Teknik Analisis Data | 38 |
| | | |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| | A. Gambaran Umum Pasar Yosomulyo Pelangi | 39 |
| | B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Omset Pasar Yosomulyo Pelangi..... | 42 |
| | C. Analisis Peningkatan Omset Pasar Yosomulyo Pelangi | 45 |
| | | |
| BAB V | KESIMPULAN DAN SARAN | |
| | A. Kesimpulan..... | 62 |
| | B. Saran..... | 63 |
| | | |
| DAFTAR PUSTAKA | | |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | | |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1: Laporan Omset | 45 |
| Tabel 1.2: Laporan Omset Pada Bulan Ramadhan | 51 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. SK Pembimbing
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data (APD)
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
10. Dokumentasi
11. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar merupakan tempat penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia. Keberadaan pasar ini sangat membantu pemerintah pusat, daerah dan terutama masyarakat. Pada dasarnya, pasar menjadi ruang bagi masyarakat dalam melakukan kegiatan ekonomi, baik produksi, distribusi maupun konsumsi.

Aktivitas ekonomi adalah salah satu sarana untuk mencapai kesejahteraan hidup. Sementara kesejahteraan hidup merupakan anjuran agama. Dengan demikian, upaya pencapaian kesejahteraan hidup melalui kegiatan ekonomi menjadi bagian dari anjuran agama. Terlebih, jika dikaitkan dengan ungkapan *kada alfaqru an yakuma kufuran* (kefakiran itu mendekatkan pada kekafiran), maka pengoptimalan kegiatan ekonomi sangatlah penting untuk menjauhkan masyarakat dari kefakiran. Hal ini mengingat bahwa taraf hidup dan pendapatan seseorang memiliki hubungan timbal balik, dimana rendahnya taraf hidup masyarakat diakibatkan oleh rendahnya tingkat pendapatan mereka. Sedangkan, rendahnya pendapatan seseorang disebabkan karena adanya tingkat produktifitas tenaga kerja yang buruk.

Pada dasarnya juga, rendahnya tingkat produktifitas tenaga kerja disebabkan oleh minimnya kompetensi tenaga kerja, rendahnya investasi

perkapita, dan tingginya angka pengangguran.¹ Untuk mengatasi permasalahan ini, terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan agar taraf hidup masyarakat dapat ditingkatkan. Beberapa langkah tersebut yakni seperti meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), penyediaan sarana dan prasarana umum yang layak dan memadai, serta adanya ruang yang dapat mewadahi kegiatan ekonomi masyarakat setempat.

Selanjutnya, pengurangan pengangguran dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas SDM, penyediaan lapangan pekerjaan lintas sektor, dan menumbuhkembangkan usaha wiraswasta.²Lapangan pekerjaan dapat tercipta di dalam ekosistem pasar. Pasalnya, pasar menjadi bagian yang melekat dan mewarnai kehidupan masyarakat. Bahkan, sebagian besar masyarakat menggantungkan pekerjaan sehari-hari dari aktivitas yang ada di pasar. Oleh karena itu, keberadaan pasar sangatlah vital bagi masyarakat, khususnya dalam meningkatkan taraf hidup mereka.

Dalam kegiatan sehari-hari, pasar bisa diartikan sebagai tempat bertemunya antara pembeli dan penjual. Sedangkan dalam bidang ekonomi, pasar tidak hanya diartikan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli, namun lebih pada kegiatan transaksi jual beli yang terjadi di dalamnya. Tidak hanya itu, pasar juga menjadi penunjang dalam meningkatkan pendapatan suatu daerah. Sehingga, keberadaan pasar di suatu daerah sangat dibutuhkan baik itu pasar tradisional maupun pasar modern. Terutama pasar tradisional

¹ Todaro. Michael P. & Smith. Stephen C. 2006. *Pembangunan Ekonomi*. Edisi ke 9. Jakarta: Erlangga.h, 60

²Sudrajat, *Kiat Mengentaskan Pengangguran Melalui Wirausaha*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h.10

yang harus tetap dijaga keberadaannya dan dioptimalkan peranannya, karena ia merupakan representasi dari ekonomi rakyat, ekonomi kelas bawah, serta tempat bergantung para pedagang skala kecil dan menengah. Disamping itu, pasar tradisional menjadi tumpuan bagi para petani, peternak, atau produsen lainnya selaku pemasok.³

Melihat peran Pasar Tradisional yang sangat signifikan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, maka pengelolaannya harus dilakukan dengan baik. Salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu adanya pencatatan keuangan yang dilakukan oleh para pedagangnya. Upaya ini dilakukan agar transaksi yang terjadi di pasar dapat diketahui secara jelas.

Market (Pasar) dapat diciptakan, demikianlah kata yang seharusnya berdampingan dengan kata ‘mencari pasar’, bagaimana bisa menciptakan pasar, tidak hanya mencari pasar. Pergerakan ekonomi, dapat diciptakan apabila adanya kerjasama dan korelasi yang kontinyu. Tidak hanya butuh inovasi dan trik, namun harus ada ambisi untuk membangun kesadaran masyarakat agar dapat menjadi penggerak roda perekonomian dengan tanpa mengesampingkan keseimbangan dan keadilan.

Pasar dapat diciptakan dengan bergerak bersama-sama, merangkul mereka yang belum terkotori oleh usaha kapitalisme. Penciptaan pasar tersebut sekaligus melepas ketergantungan terhadap kapitalisme, asal benar-benar menunjukkan konsistensi dan kekompakannya. Penciptaan pasar seperti

³Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*, (Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h.159

itu pada nantinya dapat di desain sedemikian rupa, dari mulai pola produksi, pola perilaku dan lain sebagainya.

Dengan membangun sebuah gerakan bersama masyarakat, maka akan tercipta sebuah market yang saling menghidupkan. Melerai persaingan yang mematikan, serta menumbuhkan rasa kedermawanan. Seperti halnya apa yang sudah dilakukan di kawasan Metro Pusat Provinsi Lampung, tepatnya di Kelurahan Yosomulyo. Setelah menghidupkan *brand* Yosomulyo Pelangi, warga, pemuda, mahasiswa dan akademisi kini mulai bersatu, memikirkan dan merealisasikan pembentukan pasar, yang disebut Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi).

Menciptakan pasar dengan bersama-sama masyarakat adalah langkah yang menarik untuk ditawarkan, mengingat semua itu dapat dilakukan dengan gotong royong, yang merupakan budaya orang timur. Pasar yang terbentuk atas dasar bersatunya warga dan atas dasar kesadaran warga serta kreativitas lokal, akan jauh lebih menjamin keberlangsungan kegiatan perekonomian. Maka dari itu, tindakan-tindakan kolektif seperti yang sudah dilakukan di Payungi adalah langkah positif, terkategori sebagai pemberdayaan masyarakat.

Pasar Yosomulyo Pelangi merupakan *market* yang menghidupkan. Tidak banyak merugikan, justru dapat memunculkan budaya cinta alam dan lingkungan serta membantu perekonomian masyarakat menjadi lebih baik.

Payungi juga mengajarkan bagaimana konsep pasar dan perilaku *entrepreneur* yang tetap memperhatikan keramahan lingkungan, dan

mengangkat kebiasaan tradisional, sebagai suatu hal yang sudah lama membudaya di Indonesia. Seperti halnya para pedagang ditekankan untuk membuat produk makanan dari olahan singkong, minum dengan menggunakan gelas bambu dan menyediakan permainan anak tradisional. Menciptakan pasar, memberikan kesempatan masyarakat untuk berperilaku ekonomis dan kreatif serta secara tidak sadar menghilangkan doktrin budaya kebarat-baratan.

Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) sendiri terletak tepat di Kelurahan Yosomulyo, Kecamatan Metro Pusat Kota Metro, Lampung. Payungi resmi dibuka pada 28 Oktober 2018 lalu, setiap hari minggu dari jam 06.00 sampai 11.00. dengan diresmikan langsung oleh Wali Kota Metro, Ahmad Pairin, S.Sos. Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) menyajikan makanan dan jajanan. Seperti lemet, gethuk, tiwul, gatot, sawut, cemplon, combro, iwel-iwel, keripik singkong, tape, singkong keju dan bolu singkong. Tidak hanya itu, para pedagang juga menjual souvenir seperti gantungan kunci, kerajinan tangan serta stiker Payungi bahkan ada pula yang menjual peralatan tani dan pupuk organik. Selain menjual jajanan tradisional dengan mayoritas berbahan singkong, pasar ini juga mengajak anda untuk selfie di kawasan warna-warni. Pasar ini juga berjuang melestarikan permainan tradisional dan membangkitkan tradisi budaya seperti Seni Tari, gamelan, wayang kulit dan dongeng anak.

Berdasarkan hasil *pra survey* dan wawancara dengan Bapak Dharma Setyawan selaku *Founder* (penggagas) Payungi, Berawal dari gagasan tentang

konsep pembangunan desa yang lebih indah, mengecat jalan dan dinding rumah berkonsep mural, dan secara tidak sengaja terunggah di sosial media sehingga banyak orang yang datang sekedar hanya ingin berfoto *selfie*. Melihat banyaknya pengunjung yang datang, pada akhirnya timbul pemikiran tentang Sebuah pasar digital rakyat yang digagas oleh Genpi Lampung, Komunitas Yosomulyo Pelangi, Pojok Boekoe Cangkir, Nuwobalak.id, Risma Sabilil Mustaqim dan Relawan mahasiswa Perguruan Tinggi, walaupun keraguan tentang berjalan atau tidaknya masih dirasakan oleh sebagian masyarakat yang nantinya ingin memajukan pasar tersebut. Permodalan Payungi awalnya melalui kas Mushola yang dipinjamkan kepada calon pedagang dengan jumlah berbeda-beda tergantung kebutuhan setiap pedagang.⁴

Pasar Yosomulyo Pelangi berkomitmen akan fokus pada pemberdayaan pedagang jajanan rakyat. Hal ini mungkin tidak bisa membatasi mereka yang ingin mencari rezeki. Sampai hari ini banyak yang mendaftar ingin berdagang, tapi kami memberi prioritas pada pedagang berasal dari Yosomulyo Metro Pusat. Melihat kondisi tersebut Payungi sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang maupun pemasukan pasar sehingga mempengaruhi peran pasar tersebut dalam peningkatan perekonomian masyarakat, dan diharapkan mampu membuka lapangan pekerjaan baru dan mengurangi pengangguran. Banyak hal yang dapat dipelajari dari terbentuknya Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) ini. Bukan hanya soal aktivitas jual dan beli,

⁴Wawancara dengan Bapak Dharma Setyawan selaku *Founder* (penggagas) Payungi, 22 Agustus 2020

bukan hanya soal membuat produk, melainkan tentang bagaimana menggerakkan warga, untuk bisa menciptakan pergerakan ekonomi, juga tentang bagaimana memberikan kesempatan warga, untuk beraktivitas yang bernilai ekonomis. Bukan hanya itu, tetapi juga menyadarkan banyak kalangan anak muda (mahasiswa contohnya), tentang bagaimana berinovasi, dan belajar menjadi produsen untuk membangun mentalitas yang baik dalam bidang enterpreurnya.

Pasar Yosomulyo Pelangi sudah melakukan 105 kali gelaran di hitung dari Bulan Oktober 2018 sampai Bulan Desember 2020 omset yang sudah di dapat sebesar Rp.3.737.385.000. Selama 105 kali gelaran omset tertinggi pada 28 Juli 2019 sebesar Rp.62.600.000 karena Payungi mengadakan acara Reggea Time With Gingsoul dan Membaur dan omset terendah pada 16 Juni 2019 sebesar Rp.15.152.000 karena Payungi mengadakan acara Halal Bihalal setelah lebaran. Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Bapak Ahmad Tsauban Selaku penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi.⁵

Penulis pun mewawancari pedagang Pasar Yosomulyo Pelangi, yaitu Ibu Tri Utami penjual lemet, nasi goreng tiwul, tape ketan, gatot, dan lain-lain. Selama gelaran Payungi per minggunya Ibu Tri Utami mendapatkan omset sebesar Rp.800.000 sampai Rp.1.200.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang dan lebih Rp.300.000.⁶

Ibu Sulamiatun penjual sayur mateng, cenil, dan lain-lain. Selama gelaran Payungi per minggunya ibu sulamiatun mendapatkan omset sebesar

⁵Wawancara dengan Bapak Ahmad Tsauban selaku Penggerak Payungi, 22 Agustus 2020

⁶Wawancara dengan Ibu Tri Utami Selaku Pedagang Payungi, 22 Agustus 2020

Rp.700.000 sampai Rp.750.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang dan lebih Rp.300.000 sampai Rp.350.000.⁷

Ibu Ari Suswati penjual gudeg. Selama gelaran di Payungi per minggunya ibu Ari mendapatkan omset sebesar Rp2.000.000 sampai Rp.4.000.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan sebesar Rp.1.000.000 sampai Rp.2.000.000.⁸

Ibu Sunarni penjual getuk dan jenang jagung. Selama gelaran di Payungi per minggunya Ibu Sunani mendapatkan omset kurang lebih Rp.1.500.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.750.000.⁹

Ibu Eka penjual buah-buahan. Selama gelaran di Payungi per minggunya Ibu eka mendapatkan omset sebesar Rp.100.000 sampai Rp200.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.100.000.¹⁰

Mas Mukmin penjual ikan hias. Selama gelaran di Payungi per minggunya Mas Mukmin mendapatkan omset Rp.100.000 sampai Rp.200.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.100.000.¹¹

Mas Dwi Nugroho penjual pupuk dan media tanam. Selama gelaran di Payungi per minggunya Mas dwi mendapatkan omset sebesar Rp.150.000

⁷Wawancara dengan Ibu Sulamiatun Selaku Pedagang Payungi, 22 Agustus 2020

⁸Wawancara dengan Ibu Ari Suswati Selaku Pedagang Payungi, 22 November 2020

⁹Wawancara dengan Ibu Sunarni Selaku Pedagang Payungi, 22 November 2020

¹⁰Wawancara dengan Ibu Eka Selaku Pedagang Payungi, 22 November 2020

¹¹Wawancara dengan Mas Mukmin Selaku Pedagang Payungi, 22 November 2020

sampai Rp.250.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.100.000.¹²

Mas Mustika penjual Cleo dan Masker Tapis. Selama gelaran di Payungi per minggunya mas Mustika mendapatkan omset cleo kurang lebih Rp.150.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.50.000. Dan mendapatkan omset masker tapis kurang lebih Rp.400.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.100.000.¹³

Keuntungan tersebut digunakan untuk infak, arisan, tabungan, pengembangan pasar, dan kebutuhan sehari-hari. Modal yang didapatkan diputar kembali untuk membeli bahan-bahan yang untuk dijual pada minggu depan. Dengan adanya Payungi ini sangat membantu penghasilan masyarakat Yosomulyo.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengangkat judul : **“Analisis Peningkatan Omset Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah “apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan omset Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat”.

¹²Wawancara dengan Mas Dwi Nugroho Selaku Pedagang Payungi, 22 November 2020

¹³Wawancara dengan Mas Mustika Selaku Pedagang Payungi, 22 November 2020

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi peningkatan omset Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat.

2. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat. Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Secara teoritis penelitian ini memberikan wawasan mengenai faktor yang mempengaruhi peningkatan omset pedagang Pasar Yosomulyo Pelangi, serta memberikan sumbangan pemikiran dan pengetahuan khususnya bagi lingkungan Jurusan S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.
- b. Secara Praktis dapat bermanfaat bagi Masyarakat umum, dapat memberikan informasi tentang faktor yang mempengaruhi peningkatan omset pedagang pasar yosomulyo pelangi.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memuat secara sistematis mengenai hasil penelitianterdahulu (*Prioresearch*) tentang persoalan yang akan dikaji. Berdasarkanpenelusuran terhadap kepustakaan yang ada sejauh ini penulis belum menemukan karya tulis ilmiah yang secara khusus membahas meneliti tentang analisis omset dan laporan keuangan pasar yosomulyo pelangi. Namun

demikian peneliti juga menemukan beberapa karya tulis yang meneliti secara umum berkaitan dengan peneliti penulis.

1. Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul” diteliti oleh Budi Wahyono, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta pada tahun 2017. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:
 - a. Modal usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Bantul.
 - b. Tingkat pendidikan tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Bantul.
 - c. Lama usaha tidak berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Bantul.
 - d. Jam kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat pendapatan pedagang Pasar Bantul.
 - e. Tingkat pendidikan, modal usaha, lama usaha, dan jam kerja secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pedagang Pasar Bantul di Kabupaten Bantul.¹⁴
2. Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Pasar Modern Terhadap Omzet Pedagang Pasar Tradisional studi kasus binjai supermall hypermart

¹⁴Budi Wahyono, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul*, (Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017)

terhadap perekonomian pedagang pasar tawip kota binjai” di teliti oleh Lukman Abdul Rahman, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara Medan pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh beberapa kesimpulan Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penjualan pasar modern binjai supermall terhadap omzet pedagang pasar tradisional tawip binjai. Hal ini dipengaruhi oleh tiga indikator yaitu tingkat pendapatan, pelanggan dan produk yang mengalami penurunan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet pedagang pasar tradisional.¹⁵

3. Skripsi yang berjudul “Peran Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro” diteliti oleh Nikmatul Makuroh, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Metro pada tahun 2019. Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh garis besar bahwa peningkatan perekonomian masyarakat yakni dalam sekto kreatifitas

¹⁵Lukman Abdul Rahman, *Analisis Pengaruh Pasar Modern Terhadap Omzet Pedagang Pasar Tradisional studi kasus binjai supermall hypermart terhadap perekonomian pedagang pasar tawip kota binjai.*(Medan, UIN Sumatera Utara Medan, 2019)

dan keterampilan ekonomi.¹⁶ Adapun persamaan anatar penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang menganalisis omset pedagang di pasar. Sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada menganalisis peningkatan omset dan laporan keuangan pada Pasar Yosomulyo Pelangi.

¹⁶Nikmatul Makuroh “*Peran Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro*,” (Metro, IAIN Metro, 2019)

BAB II

LANDASAN TEORI

A. OMSET

1. Pengertian Omset

Omset dari bahasa belanda, memiliki arti jumlah total penjualan dari sebuah perusahaan (organisasi, hukum) dalam periode tertentu dan terdiri dari dua komponen, harga dan kuantitas dijual.¹

Meningkatkan omset penjualan adalah tantangan besar bagi para pelakuusaha karena sukses atau tidaknya suatu usaha dilihat dari seberapa banyak produk yang laku di pasaran. Untuk itu, diperlukan strategi khusus dalam pencapaiannya.

Definisi omset penjualan menurut kamus Bahasa Indonesia adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omset penjualan total jumlah penjualan barang/jasa dari laporan laba-rugi perusahaan selama periode penjualan tertentu. Dari definisi di atas dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan omset penjualan adalah total jumlah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan jumlah laba bersih dari laporan laba-rugi perusahaan selama suatu masa jual.

Chaniago berpendapat bahwa omset adalah keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang/jasa dalam kurun waktu tertentu. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Omset

¹M. Irwan Trias Saputra, Suharyono , Kadarisman Hidayat, “*Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*”|Vol. 38 No. (8 Oktober 2020)

dagang adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

Tjiptono berpendapat bahwa Omset merupakan hasil dari penjualan yang telah dilakukan oleh perusahaan sebelumnya, kemudian menghasilkan uang sehingga perusahaan akan mendapatkan laba dari setiap penjualan barang per unitnya. Pada dasarnya berdagang suatu barang mencakup perpindahan atau aliran dari dua hal, yaitu aliran fisik barang itu sendiri dan aliran kegiatan transaksi untuk barang tersebut, mulai dari penjual, produsen sampai kepada pembeli konsumen akhir.²

Pada umumnya suatu perusahaan mempunyai 3 (tiga) tujuan dalam melakukan penjualan, yaitu :

- a. Mencapai volume penjualan tertentu
- b. Mendapatkan laba tertentu
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan atau intansi lainnya.³

2. Faktor-Faktor Omset

a. Faktor Penurunan Omset

Faktor- Faktor Penyebab Penurunan Omzet Penjualan
Pertumbuhan usaha dari masing-masing masyarakat tidak selalu sama karena adanya perbedaan faktor yang mendasari, misalnya faktor ekonomi, sosial, politik, kultural maupun sejarah. Lingkungan mayarakat yang sedang berkembang, sektor usaha sering menghadapi

²Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, (Rajawali Pers: Jakarta, 2013), h,18

³Kasmir, *kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), Ed-1, h,260-261

situasi rumit karena banyaknya keterbatasan dan hambatan untuk tumbuh sesuai kondisi tradisional yang sering dialami masyarakat pada umumnya yang sedang berkembang.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi suatu bisnis yang ada disekitar bisnis tersebut yaitu yang disebut lingkungan usaha, diantaranya :

Faktor internal terdiri dari :

- 1) tenaga kerja
- 2) peralatan dan mesin-mesin
- 3) permodalan
- 4) bahan baku
- 5) sistem informasi dan administrasi

Faktor eksternal terdiri dari :

- 1) keadaan alam
- 2) perekonomian
- 3) pendidikan dan teknologi
- 4) sosial dan budaya
- 5) pemasok
- 6) pelanggan
- 7) pesaing.

Swastha mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omzet dibagi menjadi dua faktor yaitu :

- 1) Faktor internal (faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan) diantaranya : kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan, kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan serta kebijaksanaan untuk memilih perantara yang digunakan.
- 2) Faktor eksternal (faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pihak perusahaan) diantaranya : perkembangan ekonomi dan perdagangan baik nasional maupun internasional, kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter dan suasana persaingan pasar.⁴

Menurut Nitisemito mengemukakan bahwa faktor penyebab turunnya omzet penjualan meliputi dua faktor yaitu :

- 1) Faktor intern (turunnya omzet penjualan dapat terjadi karena kesalahan perusahaan itu sendiri) yang dibagi kedalam beberapa bagian antara lain: kualitas produk turun, service yang diberikan bertambah jelek, sering kosongnya persediaan barang, penurunan komisi penjualan yang diberikan, pengetatan terhadap piutang yang diberikan, turunnya kegiatan salesmen, penurunan kegiatan sales promotion dan penetapan harga jual yang tinggi.
- 2) Faktor ekstern (turunnya omzet penjualan dapat terjadi diluar kekuasaan perusahaan itu sendiri) yang dibagi kedalam beberapa bagian: perubahan selera konsumen, munculnya saingan baru,

⁴Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty. 1993) h, 45

munculnya barang pengganti, pengaruh faktor psycologis, perubahan atau tindakan baru dalam kebijaksanaan pemerintah, adanya tindakan dari pesaing.

Pemaparan faktor-faktor yang menyebabkan penurunan omzet penjualan di atas, dapat disimpulkan secara garis besar faktor-faktor tersebut dapat dimasukkan sebagai indikator penyebab penurunan omzet penjualan sebagai berikut :⁵

Faktor Internal Menurut Nitisemito menyatakan, faktor intern adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh rangsangan dari dalam.

Faktor-faktor intern penyebab penurunan omzet penjualan antara lain: kualitas barang, persediaan bahan baku, teknologi.

1) Kualitas Barang

Menurut Widjaja mengemukakan, kualitas adalah kesesuaian atau kecocokan dengan spesifikasi dan standar yang berlaku ataupun dapat memuaskan keinginan, kebutuhan dan pengharapan pelanggan dengan biaya yang kompetitif. Kualitas produk adalah krusial untuk memenangkan peperangan dan hanya terjamin apabila departemen inspeksi dapat mengendalikan proses produksi.

2) Persediaan Bahan Baku

Menurut Sofjan Assauri menyatakan, persediaan adalah suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan

⁵Rusma Rizal, Romidon Hidayat, Ica Handika, Jurnal Adminika Volume 3. No. 2, Juli-Desembe2017 ISSN : 2442-3343, h,85

maksud untuk dijual dalam satu periode usaha yang normal atau persediaan barang baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi.

Menurut Rangkuti menyatakan, persediaan adalah suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha tertentu, atau persediaan barang-barang yang masih dalam pengerjaan atau proses produksi, ataupun persediaan bahan baku yang menunggu penggunaannya pada suatu proses produksi.

3) Teknologi

Teknologi adalah kemampuan teknik yang berlandaskan pengetahuan ilmu eksakta yang berlandaskan proses teknik. Teknologi dapat diklasifikasikan berdasarkan jenisnya antara lain:

Teknologi modern Suatu jenis teknologi mutakhir yang dikembangkan dari hasil penerapan ilmu pengetahuan terbaru. Ciri-ciri teknologi modern ini adalah padat modal, didukung fasilitas riset dan pengembangan, biaya perawatan tinggi, keterampilan operatornya tinggi, dan masyarakat penggunaannya ilmiah. Contohnya: komputer, laser, telegrafik.

Teknologi semi modern Suatu jenis teknologi yang dapat dikembangkan dan didukung masyarakat yang lebih sederhana dan dapat digunakan dengan biaya dan kegunaan yang paling menguntungkan. Ciri teknologi madya adalah tidak memerlukan

modal yang tidak terlalu besar dan tidak memerlukan pengetahuan baru. Penerapan teknologi ini bersifat setengah padat modal dan padat karya, unsur-unsur yang mendukung industrinya biasanya dapat diperoleh di dalam negeri dan keterampilannya tidak terlalu tinggi.

Teknologi tradisional Teknologi ini dicirikan dengan skala modal kecil, peralatan yang digunakan sederhana, dan pelaksanaannya bersifat padat karya. Biasanya dilakukan di negara berkembang, karena dapat membantu perekonomian di pedesaan, mengurangi urbanisasi, dan menciptakan tradisi teknologi dari tingkat yang paling sederhana.

Faktor eksternal Menurut Nitisemito mengemukakan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh rangsangan dari luar.

Faktor-faktor eksternal penyebab penurunan omzet penjualan antara lain:

- 1) Selera Konsumen dalam manajemen pemasaran, konsumen sering diartikan dengan pelanggan, pasar, permintaan, permintaan pasar, pembeli dan sebagainya. Selain itu konsumen juga dapat diasumsikan mudah tertarik dengan sesuatu yang baru atau berbeda dari apa yang biasa dilihatnya sehari-hari. Sedangkan selera diartikan sebagai minat atau keinginan, sehingga selera konsumen dapat diartikan sebagai

minat atau keinginan konsumen untuk membeli suatu produk, dalam rangka memenuhi kebutuhannya.

2) Barang Pengganti (*Substitusi*)

Barang pengganti adalah barang yang dapat berperan sebagai pengganti barang lain.⁶

3) Persaingan.

Persaingan adalah keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, dengan atau tanpa terikat peraturan tertentu dalam rangka meraih pelanggannya. Persaingan akan terjadi pada beberapa kelompok pesaing yang tidak hanya pada produk atau jasa sejenis, dapat pada produk atau jasa substitusi maupun persaingan pada hulu dan hilir. Persaingan memiliki dampak positif dan negatif.

Dampak positif dari persaingan adalah pelaku usaha menekan harga menjadi lebih rendah dengan cara melakukan efisiensi dan formula lainnya supaya pelaku usaha tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen dibanding pesaingnya, pelaku usaha selalu berlomba untuk melakukan inovasi dan menciptakan produk baru demi terus menjaga pangsa pasar, pelaku usaha terus melakukan pelayanan-pelayanan kepada konsumen lebih baik dibanding pesaing-pesaingnya.

⁶Rusma Rizal, Romidon Hidayat, Ica Handika, h. 86

Dampak negatif dari persaingan adalah persaingan memerlukan biaya lebih dan kesulitan tertentu yang tidak ada dalam sistem monopoli, persaingan menimbulkan lebih banyak pengorbanan dengan keuntungan yang lebih rendah dibanding dengan monopoli, maka dari itu banyak pelaku usaha yang ingin meniadakan adanya persaingan karena dengan menghilangkan persaingan memungkinkan pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan yang jauh lebih besar.

4) Pemasok (*Supplier*)

Pemasok adalah perusahaan yang menyediakan usaha baku, tenaga kerja, keuangan dan sumber informasi kepada perusahaan lain, terdapat hubungan saling ketergantungan antara pemasok dan perusahaan. Ketergantungan perusahaan pada pemasok adalah pentingnya produk pemasok bagi perusahaan dan sulitnya mencari sumber lain sebagai pengganti.⁷

b. Faktor Peningkatan Omset

Peningkatan Omzet Upaya meningkatkan omzet merupakan rencana yang menjabarkan harapan dan tujuan perusahaan akan dampak dari berbagai kreativitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini penjualan produknya di pasar. Oleh sebab

⁷Rusma Rizal, Romidon Hidayat, Ica Handika, h. 87-88

itu, perusahaan membutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program itu sejalan dan terintegritas dengan sinergistik. Dengan demikian, manajemen perusahaan diharapkan mampu melakukan pemasaran yang efektif dalam memenangkan persaingan, baik melalui pemberian informasi maupun meningkatkan pelayanan kepada pelanggan secara luas sehingga omzet penjualan produk dapat meningkat sebagaimana yang diharapkan.⁸

Omzet diterapkan dalam tiga apresiasi yaitu : Tingkat penjualan yang ingin dicapai, pasar yang ingin dikembangkan sebagai kegiatan transaksi atau tempat melakukan transaksi dan keuntungan atas penjualan.⁹

Menurut Kotler perolehan peningkatan omzet yang tinggi akan terpenuhi apabila :¹⁰

- 1) Kekuatan-kekuatan dari luar perusahaan dapat memberikan keuntungan
- 2) Kinerja perusahaan secara rata-rata mengalami peningkatan setiap periode waktu
- 3) Setiap omzet penjualan tidak mengalami penurunan
- 4) Setiap omzet perusahaan meningkat sesuai dengan besarnya jumlah pelanggan

⁸Jaya Bahwi Yanti dan Apippuddin Adnan ,*Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Smartphone Blackberry dengan Menggunakan Analisis Swot pada PT Teletama Artha Mandiri (TAM) Depo Banjarmasin*, Jurnal KINDAI, No.2, Vol. 11 (Juni 2015), h,69.

⁹Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h,118.

¹⁰Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran , Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h,168.

- 5) Tidak terpengaruh oleh faktor-faktor yang kurang komparatif dalam mempengaruhi omzet penjualan yang diterima.

B. PASAR

1. Pengertian Pasar

Pasar dalam bahasa arab disebut souq yang berarti tempat menjual sesuatu dan proses jual beli berlangsung. Pengertian pasar menurut beberapa para ahli :

- a. Kotler dan amstrong menyatakan bahwa pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potnsial dari sebuah produk atau jasa. Ukuran dari pasar sendiri tergantung pada jumlah orang yang menunjukkankebutuhan dan orang yang memiliki kemampuan dalam pertukaran.
- b. Handri Ma'ruf menyatakan bahwa pasar memiliki tiga pengertian sebagai berikut:
 - 1) Pasarsebagai tempat bertemunya para penjual dengan pembeli.
 - 2) Pasar sebagai tempat interaksi permintaan dan penawaran atau tempat terjadinya transaksi jual beli
 - 3) Pasar dapat di artikan sekelompok anggota masyarakat yang memiliki kebutuhan dan daya beli. Hal ini merujuk pada dua hal yaitu kebutuhan dan daya beli. Jadi, pasar adalah orang-orang

yang menginginkan suatu barang atau jasa, serta memiliki kemampuan untuk membeli.¹¹

Pasar merupakan salah satu tempat ataupun media untuk berjual beli, dimana penjual ingin menukar barang/jasa dengan uang, dan pembeli yang ingin menukar uang dengan barang/jasa. Sedangkan pengertian pasar secara luas, yakni suatu proses dimana penjual dan pembeli saling berinteraksi untuk menetapkan harga keseimbangan.

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 pembagian keuntungan dari kegiatan bisnis tertentu. Secara umum semua orang akan berperan ganda yaitu sebagai penjual dan pembeli.¹²

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pasar sekarang ini tidak hanya berupa tempat untuk berjual beli tetapi keadaan dimana saja yang mempertemukan permintaan (pembeli) atau penawaran (penjual)

¹¹Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni, *Manajemen Pemasaran Islam*, (Yogyakarta:Cv Budi Utama ,2019), h,2

¹²Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Kelima*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), h,6

untuk setiap jenis barang, jasa atau sumber daya. Pasar secara fisik adalah tempat pemusatan beberapa pedagang tetap dan tidak tetap yang terdapat pada suatu ruangan terbuka atau tertutup atau sebagian terbuka atau sebagian bahu jalan.

Selanjutnya pengelompokan para pedagang eceran tersebut menempati bangunan-bangunan dengan kondisi bangunan temporer, semi permanen ataupun permanen.¹³

Secara sosiologis dan kultural, makna filosofis sebuah pasar tidak hanya merupakan arena jual beli barang dan jasa, namun merupakan tempat pertemuan warga untuk saling berinteraksi sosial atau melakukan diskusi informal atas permasalahan kota.

Dalam pandangan Islam pasar merupakan wahana atau tempat transaksi ekonomi ideal, tetapi memiliki berbagai kelemahan yang cukup memadai pencapaian tujuan ekonomi yang Islami. Secara teoritik maupun praktikal pasar memiliki beberapa kelemahan, misalnya mengabaikan distribusi pendapatan dan keadilan, tidak selarasnya antara prioritas individu dengan sosial antara berbagai kebutuhan, adanya kegagalan pasar, ketidaksempurnaan persaingan, dan lain-lain. Islam sangat menghargai perniagaan yang halal dan baik. Sebagai Firman Allah, QS. An-Nisa/4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan*

¹³Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Ke Enam (Bandung: Mizan, 1999), h,61

yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah maha penyayang kepadamu”.¹⁴

2. Pengertian 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 yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi skala kecil serta mikro. Salah satu pelaku pasar tradisional adalah para petani, nelayan, pengerajin dan home industry (industri rumahan). Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai adanya transaksi penjual pembeli secara langsung, bangunan nya terdiri dari kios-kios, atau gerai, los dan dasaran terbuka yang di buka penjual maupun suatu pengelola pasar. Pada pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah,

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit J-Art, 2004), h,83

sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik, jasa, dan lain-lain. Selain itu juga menjual 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.

3. Macam-Macam Pasar

Dalam pasar konsumen dan produsen kadang berhubungan dengan mudah. Namun tidak juga terjadi kesulitan, terutama bila konsumen tidak membeli barang yang sudah dijual, baik barang-barang konsumsi maupun barang-barang modal diperdagangkan dalam pasar dapat dibedakan menjadi, yaitu :

a. Pasar menurut fisiknya dibedakan menjadi 2, yaitu :¹⁵

- 1) Pasar konkrit adalah pasar dimana bertemunya penjual dan pembeli dalam kesepakatan bersama untuk menawarkan pembelian barang secara nyata. Adapun ciri-ciri untuk pasar konkrit ialah : calon pembeli/penjual ada dan bersama-sama datang di suatu tempat,

¹⁵Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h,112

juga barang-barang yang akan diperjual belikan dibawa ketempat tersebut.

2) Pasar Abstrak adalah pasar dimana penjual dan pembeli tidak bertemu secara langsung dan barang yang diperjualbelikan tidak tersedia secara langsung. Ciri- cirinya : transaksi berlandaskan rasa percaya, penjual dan pembeli berada di tempat yang berbeda, barang yang diperjualbelikan tidak tersedia.

b. Pasar berdasarkan sifat dan bentuknya diklasifikasikan menjadi 2 macam, yaitu :

1) Pasar persaingan sempurna adalah pasar yang terdapat banyak penjual dan pembeli sehingga harga tidak bisa ditentukan oleh masing-masing atau pembeli.

2) Pasar persaingan tidak sempurna adalah pasar dimana jumlah pembeli banyak daripada jumlah penjual.¹⁶

c. Pasar menurut pelayanan dan kelengkapan dibedakan menjadi :

1) Pasar tradisional, pembeli dilayani langsung oleh penjual sehingga dimungkinkan masih terjadi tawar menawar harga.

2) Pasar modern, pelayanan dilakukan secara mandiri dan dilayani oleh pramuniaga.

d. Pasar Menurut Hubungannya dengan Proses Produksi, dibedakan menjadi :

¹⁶Aulia Tsaman, *Ekonomi Manajerial Dengan Pendekatan Matematis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h,109-110

- 1) Pasar output (pasar produk/pasar barang) merupakan pasar yang memperjualbelikan barang-barang hasil produksi (biasanya dalam bentuk jadi).
 - 2) Pasar input (pasar faktor produksi) merupakan interaksi antara permintaan dan penawaran terhadap barang dan jasa sebagai masukan pada suatu proses produksi (sumber daya alam, berupa bahan tambang, hasil pertanian, tanah, tenaga kerja, dan barang modal).
- e. Pasar Menurut Waktu Bertemunya Penjual dan Pembeli, dibedakan menjadi :
- 1) Pasar kaget adalah pasar sesaat yang terjadi ketika terdapat sebuah keramaian atau perayaan. contoh pasar kaget antara lain pada saat merayakan ulang tahun suatu daerah terdapat pasar malam, dan sebagainya.
 - 2) Pasar harian adalah kegiatan pertemuan antara penjual dan pembeli yang berlangsung setiap hari dan barang-barang yang diperjualbelikan merupakan barang-barang kebutuhan sehari-hari. contoh pasar sayur-mayur, pasar beras, pasar buah, dan pasar daging.
 - 3) Pasar Mingguan adalah kegiatan pertemuan antara penjual dan pembeli yang berlangsung seminggu sekali. contoh pasar mingguan yaitu pasar Kliwon, pasar Pon, pasar Page, pasar Pahing, dan pasar Legi.

- 4) Pasar bulanan adalah pasar yang diselenggarakan satu kali dalam satu bulan dan biasanya menjual barang-barang tertentu. Pasar jenis ini sudah jarang ditemukan. Meskipun ada itu hanya terdapat pada daerah tertentu saja. contoh: pasar hewan, dan sebagainya.
- 5) Pasar tahunan adalah pasar yang diselenggarakan satu kali dalam satu tahun, dan biasanya bertujuan untuk memperkenalkan produk baru. biasanya pasar ini dilakukan pada saat menjelang hari-hari besar. contoh pasar tahunan: Pekan raya jakarta, Pasar Malam Sekaten di Surakarta dan Yogyakarta, dan Pekan Semalam dilaksanakan setiap bulan Syawal.

4. Peran Pasar Dalam Peningkatan Ekonomi

Kegiatan pasar merupakan salah satu jalur perantara dalam penyampaian barang dan jasa kepada konsumen atau dengan kata lain, pasar adalah wadah untuk segala aktivitas ekonomi masyarakat. Pasar akan berjalan dengan baik apabila distribusi barang dan jasa berjalan dengan baik pula, keterlambatan distribusi akan berakibat terhadap tersendatnya keberadaan barang dan jasa di pasar, yang kemudian dapat mengakibatkan terhambatnya kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam usah produksi, kedudukan produsen dan konsumen sama pentingnya satu pihak menghasilkan, sedangkan pihak lain membutuhkannya. Untuk menyampaikan barang dan jasa pada konsumen, banyak cara yang dilakukan salah satunya adalah melalui pasar. Masyarakat datang ke pasar membeli berbagai macam kebutuhan, terjadi

transaksi, dan mengakibatkan perputaran uang. Oleh karena itu, pasar menjadi penggerak ekonomi rakyat. Pasar juga memiliki peranan lain sebagai berikut :

a. Peranan pasar untuk produsen

Peranan penting pasar bagi produsen antara lain :

- 1) Sebagai tempat untuk memperkenalkan barang.
- 2) Sebagai tempat untuk menjual hasil produksi
- 3) Sebagai tempat memperoleh bahan produksi atau faktor produksi.

b. Peranan pasar untuk konsumen

Bagi konsumen, pasar berperan penting karena memudahkan mereka untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan. Semakin banyak jenis barang yang tersedia di pasar, maka akan semakin banyak konsumen yang datang, karena konsumen akan semakin mudah mencari barang-barang yang dibutuhkan.

c. Peranan pasar untuk sumber daya manusia

Keberadaan pasar dapat membuka peluang untuk masyarakat dalam memperoleh pekerjaan dan berwiraswasta. Pasar yang ramai dikunjungi konsumen akan dapat berkembang dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar sehingga mampu membantu dalam menekan angka pengangguran.

d. Peran pasar untuk pembangunan

Pasar yang berkembang akan membawa dampak positif bagi kehidupan masyarakat. Masyarakat akan semakin sejahtera. Kebutuhan akan pembangunan juga diperoleh di pasar, selain itu negara memperoleh pemasukan dari aktifitas pasar melalui pajak dan retribusi. Penerimaan tersebut dapat digunakan sebagai salah satu sumber pembangunan daerah maupun nasional.

Menurut Prof. Simon Kuznets, ada beberapa indikator peningkatan perekonomian masyarakat yaitu, terjadi laju pertumbuhan masyarakat dan produk, adanya peningkatan produktifitas masyarakat, terjadi perubahan struktural masyarakat serta terjadinya arus barang dan modal.

C. BAURAN PEMASARAN

Bauran Pemasaran Salah satu cara untuk memenangkan pasar adalah melalui perencanaan taktis. Menurut Shinta Perencanaan taktis ini menggunakan konsep bauran pemasaran (Marketing Mix) yang merupakan perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dan dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Menurut Saladin definisi bauran pemasaran adalah serangkaian dari variabel pemasaran yang dapat dikuasai oleh perusahaan dan digunakan untuk mencapai tujuan dalam pasar sasaran. Rangkaian variabel atau unsur ± unsur itu adalah unsur produk (product), unsur harga (price), unsur promosi (promotion), dan unsur tempat (place)

a. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, diminta, digunakan, dan dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Definisi lain juga dikemukakan oleh Kotler bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. Pengertian dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya dan melekat pada produk yang disebut dengan atribut produk.

b. Harga

Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi serta terdiri dari banyak komponen. Menurut Shinta harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk memperoleh produk. Pengertian dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu nilai mata uang guna untuk melakukan pembayaran yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan.

c. Promosi

Promosi adalah suatu bentuk dari komunikasi pemasaran. Menurut Alma Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen. Sementara itu, Menurut Suryadi promosi merupakan serangkaian kegiatan untuk mengkomunikasikan, memberi pengetahuan dan meyakinkan orang tentang suatu produk agar ia mengakui kehebatan produk tersebut, membeli dan memakai produk tersebut, juga mengikati pikiran dan perasaannya dalam suatu wujud loyalitas terhadap produk. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi adalah suatu bentuk komunikasi dalam menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh produsen untuk membeli dan memakai produk tersebut.

d. Tempat

Tempat adalah salah satu konsep Bauran Pemasaran yang biasanya juga sering disamakan dengan saluran distribusi. Saluran distribusi adalah serangkaian dari organisasi yang saling bergantung yang memudahkan pemindahan kepemilikan sebagaimana produk-produk bergerak dari produsen ke pengguna bisnis atau pelanggan. Menurut Swastha tempat adalah dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa tempat adalah saluran bagi produsen untuk menjual produknya kepada konsumen.¹⁷

¹⁷ Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 37 No. 1 Agustus 2016| halaman 181

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan bermaksud mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dan interaksi sosial, individu, kelompok, lembaga dan masyarakat. Penelitian lapangan bertujuan untuk meneliti semua komponen dan hubungan satu dengan yang lain, serta kinerja yang terjadi di lapangan.¹ Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian lapangan di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Metro Pusat Kota Metro.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya menguraikan atau memaparkan situasi atau kejadian yang diteliti berdasarkan data hasil survei dan membandingkan dengan pustaka yang ada. Menurut Husein Umar, deskriptif adalah menggambarkan sifat sesuatu yang berlangsung pada saat penelitian dilakukan dan memeriksa suatu gejala-gejala tertentu.²

Pada penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif, yaitu data yang diperoleh melalui hasil wawancara, kemudian di deskripsikan

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h,17.

²Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 1 ed. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2009), h,24.

atau disajikan dalam bentuk deskriptif secara rinci dengan tujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi peningkatan omset pasar tradisional yosomulyo pelangi kecamatan metro pusat.

B. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data.³ Adapun sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Sumber Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁴ Dalam penelitian ini sumber utamanya adalah data yang diperoleh dari *Founder* (penggagas) Payungi, penggerak Payungi dan Pedagang Payungi terkait Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Omset Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lainnya. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur atau bacaan yang relevan dengan penelitian ini. Pada penelitian ini, data sekunder yang digunakan diperoleh dari buku-buku seperti buku Kasmir

³Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Cet. 8 (Bandung: Alfabeta, 2009), h,137.

⁴Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h ,42.

(Kewirausahaan), Adiwarmanto Karim (Ekonomi Mikro Islam), Rismayani (Manajemen Pemasaran), Aulia Tsaman (Ekonomi Manajerial dengan Pendekatan Matematis), jurnal-jurnal terkait Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Omset Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat.

C. Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan salah satu komponen riset, artinya tanpa ada data tidak ada riset. Sesuai dengan permasalahan dengan tujuan penelitian, maka teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Interview (Wawancara)

Interview (wawancara) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dengan jumlah responden yang sedikit. Penelitian ini memakai jenis wawancara semiterstruktur.

Semi terstruktur bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

Berdasarkan penelitian ini menggunakan model wawancara semiterstruktur artinya dalam wawancara peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan informasi yang ingin didapatkan,

namun pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat berkembang sesuai dengan situasi saat wawancara dilakukan, Kemudian penulis menginterview Ketua Pasar Yosomulyo Pelangi (Bapak Dharma Setiyawan), penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi (Bapak Ahmad Tsauban), Ibu Sulamiatun (Penjual Sayur Mateng Dan Cenil), Ibu Tri Utami (Penjual Lemet Singkong, Nasi Goreng Tiwul, Gatot, Dan Lain-Lain), Ibu Ari Suswati (Penjual Gudeg), Ibu Sunarni (Penjual Getuk dan Jenang Jagung), Ibu Eka (Penjual Buah-Buahan), Mas Dwi Nugroho (Penjual Pupuk dan Media Tanam), Mas Mustika (Penjual Cleo dan Masker Tapis), dan Mas Mukmin (Penjual Ikan Hias).

2. Metode Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis atau dokumen-dokumen, buku-buku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

Dapat dipahami bahwa dokumentasi adalah cara memperoleh informasi dari sumber-sumber tertulis yang telah ada. Penelitian ini menggunakan dokumentasi bersifat resmi yang diproduksi oleh karyawan organisasi untuk tujuan pencatatan dan diseminasi (misalnya memo, buletin, file, buku tahunan, dan lain-lain).⁵

⁵Albi Anggito Dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Sukabumi: CV Jejak, 2018), h,147.

D. Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data yang berdasarkan atau diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, memilih yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁶

Peneliti menggunakan metode berfikir induktif dalam melakukan analisis data, dimana metode berfikir induktif didefinisikan sebagai proses pengambilan kesimpulan (atau pembentukan hipotesis) yang didasarkan pada satu atau dua fakta atau bukti.⁷ Teknis analisis data secara induktif, yaitu dari fakta-fakta yang bersifat khusus, kemudian dianalisis dan akhirnya ditarik suatu kesimpulan yang umum dari berbagai kasus yang bersifat individual.⁸

Berdasarkan keterangan di atas maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan metode berfikir induktif, yaitu peneliti menguraikan fakta khusus mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan omset pasar tradisional yosomulyo pelangi kecamatan metro pusat., kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat umum dari uraian-uraian tersebut.

⁶Sugiyono, h, 131.

⁷Noor Juliansyah, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h,17.

⁸ Albi Anggito Dan Johan Setiawan, h,193.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi

Pendirian Pasar Yosomulyo Pelangi atau yang biasa disebut Payungi adalah gagasan dari masyarakat Yosomulyo diantaranya bapak Dharma Setyawan, Bapak Ahmad Tsauban serta masyarakat lainnya, berawal dari gagasan tentang konsep pembangunan desa yang lebih indah, dengan mengecat jalan dan dinding rumah, setelah banyak terunggah di sosial media sehingga banyak orang yang datang hanya untuk sekedar berfoto selfi.

Melihat banyaknya pengunjung yang datang, pada akhirnya timbul pemikiran tentang sebuah pasar digital yang digagas oleh Genpi Lampung, Komunitas Yosomulyo Pelangi, Pojok Buku Cangkir, Nuwobalak.id, Risma Sabilil Mustaqim dan relawan perguruan tinggi terbentuklah Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Walaupun keraguan tentang berjalan atau tidaknya pasar masih dirasakan oleh sebagian masyarakat yang nantinya akan memajukan pasar tersebut. Namun dalam hal ini para founder Payungi memberikan keyakinan kepada masyarakat yang berdagang, jika barang dagangan tidak terjual maka akan dibeli oleh pihaknya sebagai ganti rugi.

Pasar tradisional masyarakat yang memberikan informasi digital Payungi yang mempunyai makna memayungi dan melindungi pengunjung dari terik matahari dan hujan. Sebuah gagasan pasar untuk memihak kepada pasar

warga(dari rakyat oleh rakyat untuk rakyat) yang selama ini dipinggirkan oleh arus pasar modern milik segenlir orang.

Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) yang terletak di jalan Kedondong RW07 Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat Kota Metro, yang buka pada setiap hari minggu pada pukul 06.00-11.00 dan buka setiap hari pada bulan Ramadhan pukul 03.00-18.30, pasar Yosomulyo Pelangi yang telah diresmikan pada tanggal 28 Oktober 2018 saat launching pasar ini sangat direspon positif oleh masyarakat dengan terbukti dikunjungi sekitar 2.000 pengunjung.

Dalam tiap minggu omset pasar berkisar Rp.20.000.000 sampai Rp.60.000.000, dalam satu bulan artinya uang yang masuk berkisar 150 juta rupiah dan terus meningkat, sampai pada tanggal 06 Desember 2020 telah dibuka 105 kali gelaran pasar dan omset yang telah dicapai sebanyak 3 milyar Lebih.

Pasar tradisional Payungi adalah pasar yang menyajikan makanan dan jajanan tradisional khususnya berbahan dasar singkong seperti lemet, gethuk, tiwul, gatot, sawut, cemplon, combro, iwel-iwel, keripik singkong, tape, singkong keju dan bolu singkong dan makanan tradisional dari bahan-bahan lainnya, tidak hanya itu juga terdapat penjual souvenir seperti gantungan kunci, kerajinan tangan, stiker payungi, pupuk organik dan lain sebagainya.

Selain menjual makanan tradisional di atas Payungi juga melstarikan permainan tradisional dan membangkitkan tradisi budaya seperti tari, gamelan, wayang kulit dan dongeng anak. Disamping itu juga terdapat wahana bermain yang bisa dinikmati oleh pengunjung pasar seperti lempar pisau, panahan,

flaying fox,taman kelinci, serta terdapat spot-spot foto yang cantik dan menarik.

Untuk mengembangkan daya tarik masyarakat yang beraneka ragam dan berganti setiap waktu, dalam tiap gelaran pengelola pasar membuat tema-tema menarik seperti Batik, Peringatan Pahlawan, Kampung Digital, Pameran barang antik, Festival burung, Pameran Tanaman Bonsai dan lain sebagainya. Selain itu pengelola pasar dan warga bergotong royong memperbaiki spot-spot selfie dan mempercantik kawasan Payungi. Promosi pasar melalui fanpage @Kota Metro Lampung, instagram @yosomulyopelangi, website www.nuwobalak.id. Serta dari berbagai sosial media lainnya yang membuat banyak warga lebih banyak mengetahui tentang Payungi.

Dengan sudah berjalannya pasar sekitar 2 tahun lebih dari peresmian dan melihat kemajuan serta peningkatan pendapatan yang diperoleh Payungi, kemajuan yang dirasa cukup pesat para penggagas telah menyusun susunan kepengurusan pasar yang akan membantu berjalannya pasar dengan baik, adapun susunan pengurus pasar Yosomulyo Pelangi terlampir.

Untuk menuju lokasi Pasar Yosomulyo Pelangi tidaklah sulit, jika dari pusat kota Metro (Taman Merdeka / Masjid Taqwa Kota Metro) terus ambil jalan utama jalur ke arah pekalongan / Lampung Timur, ikuti jalan hingga tepat di PBSwalayan, / masjid Mujahidin. di depan PB swalayan terdapat jalan atau ke arah kiri, masuk jalan ini hingga melewati persawahan dan melewati restoran bengkelperut, setelah persawahan sebelah kiri jalan akan bertemu puskesmas Yosomulyo, di depan puskesmas ini terdapat jalan,

jalan ini adalah jalankendondong. masuk terus sekitar 50 meter hingga bertemu pasarnya.

B. Struktur Kepengurusan

SUSUNAN PENGURUS PASAR YOSOMULYO PELANGI (PAYUNGI) YOSOMULYO METRO PUSAT KOTA METRO LAMPUNG

PENASEHAT : 1. LURAH YOSOMULYO
2. LPM YOSOMULYO

PENGARAH : 1. H. SUTIMIN KETUA RE 007 YOSOMULYO
2. H. SUKADI KETUA RT 021 RW 007
3. KASIYO KETUA RT 20 RW 007
4. SUSENO KETUA RT 19 RW 007
5. HJ. SITI ZULAIKHA
6. ASEP HIDAYAT

KETUA : AHMAD TSAUBAN

SEKRETARIS : DWI NUGROHO

WAKIL SEKRETARIS : BANA NIDA ADILLA

BENDAHARA : HIFNI

WAKIL BENDAHARA : JANEM

TIM SUKSES

1. **TIM KREATIF** : SYUKRON
ALVIN FATHUROZI
IMAM KHOIRI
MUSTIKA EDI SANTOSA
EDI SUSILO
NOVIA NURJANAH
IQBAL BAIHAQI
WAHYU PUJI
WAHYU EKO PRATIO

- RIRIN ERVIANA
NADZIF FAJAR
JULIANTO NUGROHO
ERICK PUJIANTO
AAN FERGIAN
DERY
2. TIM PARKIR : FERIYANTO B
SUKATIM
SUSENO
JONI SUWITO
PUJIANTO
SUGIARTO
3. TIM KEBERSIHAN : TONI PRIHARTONO
WIDODO
HENDRI
BAYU ANGGORO
SAMINGUN
SUDHARMONO
4. SESI KEAMANAN : AMIRUL HASAN
FETRI AKBAR
ABDUR RAHMAN SESUNAN
BUDI BAKSO
SUKAMTO
5. TIM PERLENGKAPAN : SUKATIM
HARJO SUWITO
SUGINO
SUNARTO
KOMARUN
M. RIDHO

6. TIM PEDAGANG : TRI UTAMI
DIANA
SUNARNI
7. TIM SPIRITUAL : HJ. NUR JANAH
HJ. SITI AMINAH
ALFITRI
8. TIM MEDIA : DHARMA SETIAWAN
APRIAYANSAH
AGUS BUDI UTOMO
HENDI AGUS
YOHANES RIZA
9. TIM WAHANA : ERIK PUJANTO
EDI SUSILO
EBI

C. ANALISIS LAPORAN OMSET PASAR YOSOMULYO PELANGI

Tabel 1.1
REKAPITULASI OMSET
GELARAN PASAR YOSOMULO PELANGI (PAYUNGI) KOTA METRO

| No | Bulan | Gelaran Ke | Tanggal | Omset Rp | Keterangan |
|--------------|----------|--------------|--------------------|------------|-------------------------------|
| 1 | OKTOBER | 1 | 28 Oktober 2018 | 16.036.000 | LAUNCHING PAYUNGI |
| 2 | NOVEMBER | 2 | 04 November 2018 | 20.103.000 | BATIK DAN BAND GATHERING |
| | | 3 | 11 November 2018 | 15.400.000 | LOMBA MERWARNAI ANAK TK |
| | | 4 | 18 November 2018 | 16.353.000 | KLASIK DAN NYENTRIK |
| | | 5 | 25 November 2018 | 16.313.000 | BURUNG PELANGI DAN BAUR MUSIK |
| | | TOTAL | | | 68.169.000 |
| 3 | DESEMBER | 6 | 02 Desember 2018 | 21.247.000 | |
| | | 7 | 09 Desember 2018 | 27.192.000 | LAUNCHING KAMPUNG DIGITAL |
| | | 8 | 16 Desember 2018 | 30.875.000 | LOMBA BURUNG BERKICAU |
| | | 9 | 23 Desember 2018 | 27.054.000 | HARI IBU |
| | | 10 | 30 Desember 2018 | 36.125.000 | |
| TOTAL | | | 142.493.000 | | |
| 4 | JANUARI | 11 | 01 Januari 2019 | 24.385.000 | TAHUN BARU |
| | | 12 | 06 Januari 2019 | 35.052.000 | |
| | | 13 | 13 Januari 2019 | 36.507.000 | |
| | | 14 | 20 Januari 2019 | 39.491.000 | |
| | | 15 | 27 Januari 2019 | 40.792.000 | CAPING GUNUNG |
| TOTAL | | | 176.227.000 | | |
| 5 | FEBRUARI | 16 | 03 Februari 2019 | 46.325.000 | |

| | | | | | |
|----|-------|--------------|------------------|--------------------|--|
| | | 17 | 10 Februari 2019 | 35.396.000 | |
| | | 18 | 17 Februari 2019 | 39.310.000 | SUNMORI |
| | | 19 | 24 Februari 2019 | 43.750.000 | TAMAN KELINCI |
| | | TOTAL | | 164.781.000 | |
| 6 | MARET | 20 | 03 Maret 2019 | 47.186.000 | SELFIE DENGAN KELINCI |
| | | 21 | 10 Maret 2019 | 47.190.000 | LIPUTAN TVRI & SOSIALISASI KPU |
| | | 22 | 17 Maret 2019 | 45.920.000 | |
| | | 23 | 24 Maret 2019 | 46.206.000 | |
| | | 24 | 31 Maret 2019 | 51.575.000 | |
| | | TOTAL | | 238.077.000 | |
| 7 | APRIL | 25 | 07 April 2019 | 49.790.000 | |
| | | 26 | 14 April 2019 | 50.370.000 | RE-GATHERING DAN UKM IMPAS |
| | | 27 | 21 April 2019 | 46.200.000 | LOMBA MEWARNAI ANAK-ANAK (HARI KARTINI) |
| | | 28 | 28 April 2019 | 44.282.000 | CUCI EMAS GRATIS |
| | | TOTAL | | 190.642.000 | |
| 8 | MEI | 29 | 05 Mei 2019 | 238.264.000 | |
| 9 | JUNI | 30 | 16 Juni 2019 | 15.152.000 | HALAL BIHALAL |
| | | 31 | 23 Juni 2019 | 24.383.000 | |
| | | 32 | 30 Juni 2019 | 30.440.000 | |
| | | TOTAL | | 108.239.000 | |
| 10 | JULI | 33 | 07 Juli 2019 | 30.601.000 | |
| | | 34 | 14 Juli 2019 | 38.130.000 | |
| | | 35 | 21 Juli 2019 | 43.594.000 | |
| | | 36 | 28 Juli 2019 | 62.600.000 | REGGEE TIME WITH GINGSOUL |

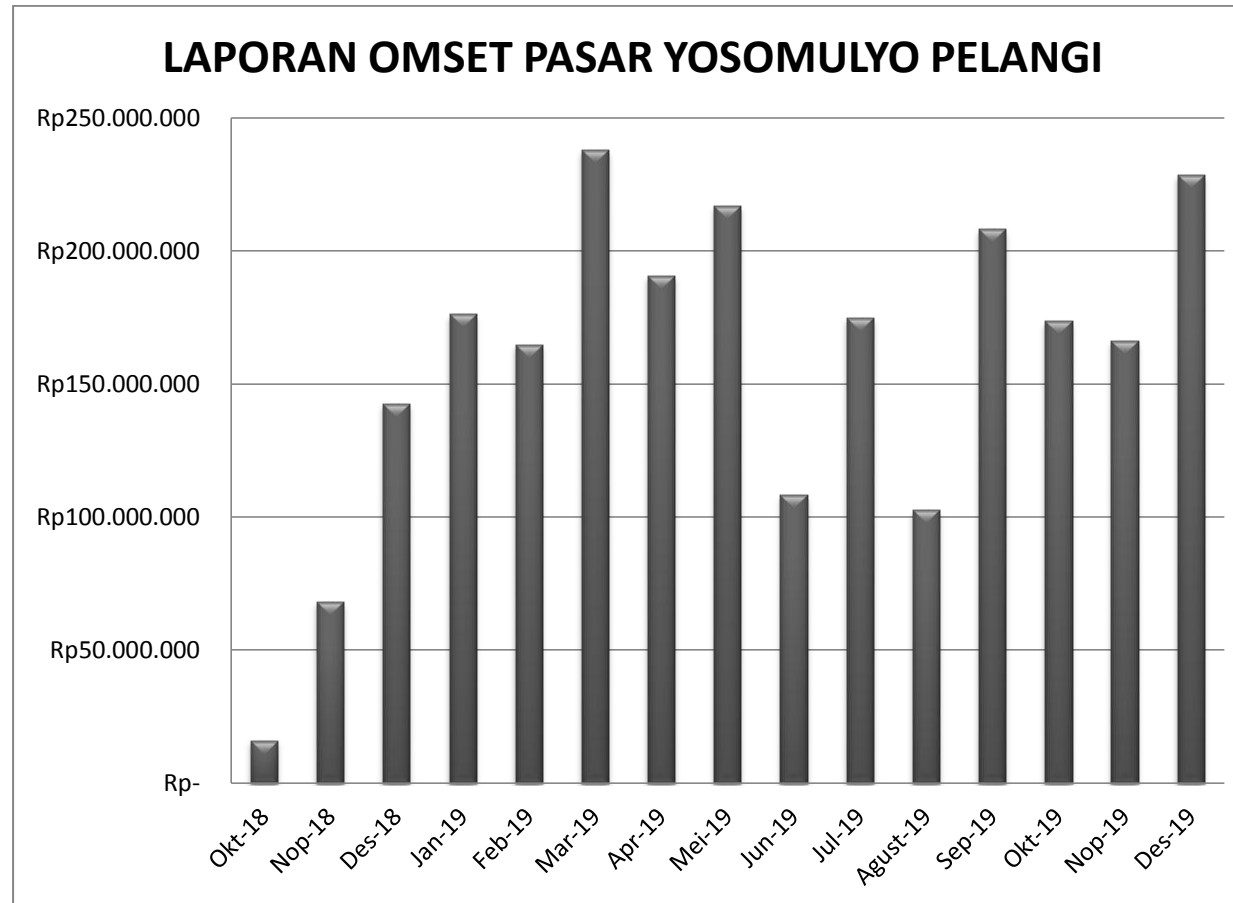
| | | | | | |
|----|-----------|--------------|-------------------|--------------------|--|
| | | | | | DAN MEMBAUR |
| | | TOTAL | | 174.925.000 | |
| 11 | AGUSTUS | 37 | 04 Agustus 2019 | 45.055.000 | |
| | | 38 | 18 Agustus 2019 | 29.334.000 | WAYANG KULIT |
| | | 39 | 25 Agustus 2019 | 28.172.000 | REFRESH EXHIBITION |
| | | TOTAL | | 102.561.000 | |
| 12 | SEPTEMBER | 40 | 01 September 2019 | 36.084.000 | |
| | | 41 | 08 September 2019 | 38.317.000 | |
| | | 42 | 15 September 2019 | 42.493.000 | |
| | | 43 | 22 September 2019 | 46.970.000 | |
| | | 44 | 29 September 2019 | 44.518.000 | |
| | | TOTAL | | 208.382.000 | |
| 13 | OKTOBER | 45 | 06 Oktober 2019 | 46.451.000 | NGAOS DAN LOUNCHING PAYUNGI UNIVERSITY |
| | | 46 | 13 Oktober 2019 | 43.710.000 | |
| | | 47 | 20 Oktober 2019 | 38.411.000 | |
| | | 48 | 27 Oktober 2019 | 45.334.000 | DONOR DARA DAN NGOPI (NGOBROL SEPUTAR LITERASI) |
| | | TOTAL | | 173.906.000 | |
| 14 | NOVEMBER | 49 | 03 Nopember 2019 | 44.112.000 | |
| | | 50 | 10 Nopember 2019 | 39.684.000 | |
| | | 51 | 17 Nopember 2019 | 40.875.000 | |
| | | 52 | 24 Nopember 2019 | 41.625.000 | |
| | | TOTAL | | 166.296.000 | |
| 15 | DESEMBER | 53 | 01 Desember 2019 | 44.376.000 | |
| | | 54 | 08 Desember 2019 | 43.055.000 | |
| | | 55 | 15 Desember 2019 | 45.849.000 | |

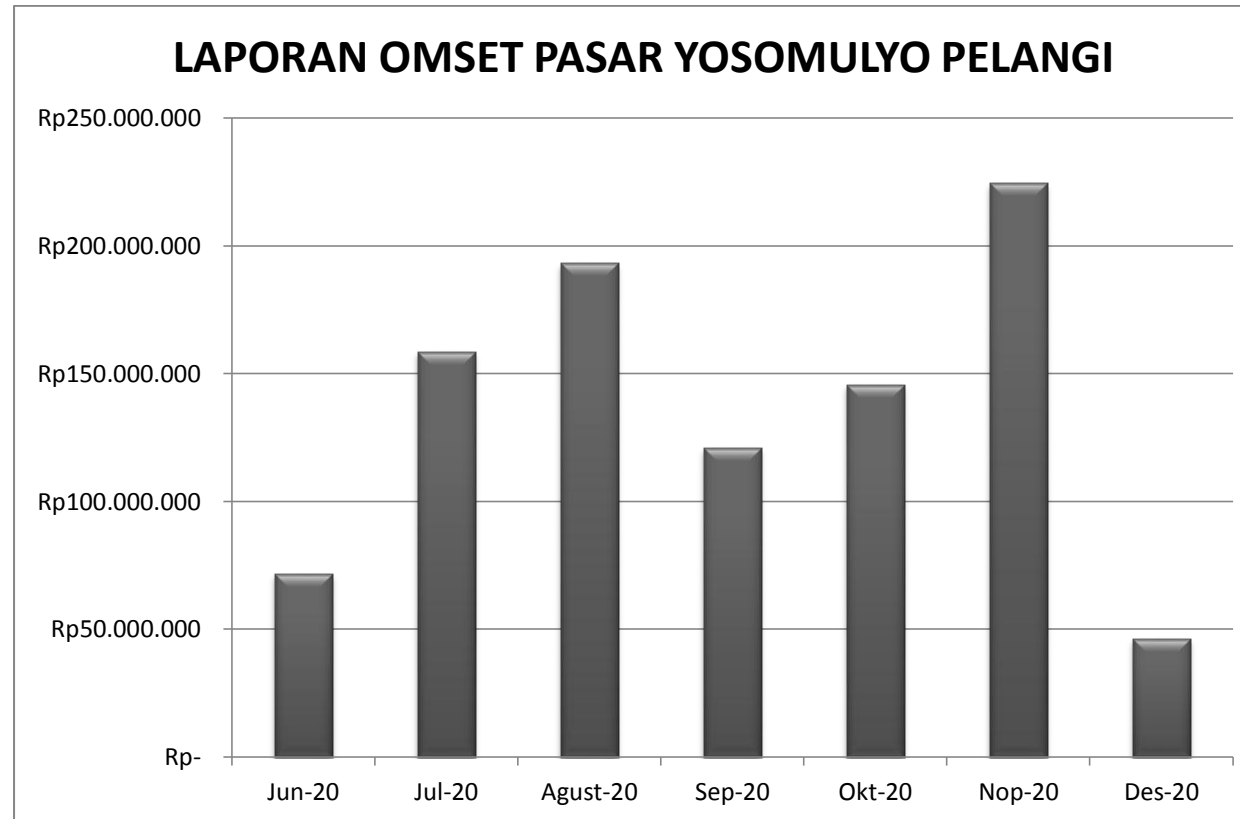
| | | | | | |
|----|----------|--------------|----------------------|--------------------|-----------------------|
| | | 56 | 22 Desember 2019 | 46.915.000 | |
| | | 57 | 29 Desember 2019 | 48.440.000 | |
| | | TOTAL | | 228.635.000 | |
| 16 | JANUARI | 58 | 05 Januari 2020 | 40.021.000 | |
| | | 59 | 12 Januari 2020 | 42.993.000 | |
| | | 60 | 19 Januari 2020 | 31.364.000 | |
| | | 61 | 26 Januari 2020 | 42.117.000 | |
| | | TOTAL | | 156.495.000 | |
| 17 | FEBRUARI | 62 | 02 Februari 2020 | 41.242.000 | |
| | | 63 | 09 Februari 2020 | 43.886.000 | |
| | | 64 | 16 Februari 2020 | 42.917.000 | |
| | | 65 | 23 Februari 2020 | 41.783.000 | |
| | | TOTAL | | 169.828.000 | |
| 18 | MARET | 66 | 01 Maret 2020 | 41.783.000 | |
| | | 67 | 08 Maret 2020 | 45.050.000 | |
| | | 68 | 15 Maret 2020 | 41.117.000 | |
| | | 69 | 22 Maret 2020 | | |
| | | 70 | 29 Maret 2020 | | |
| | | TOTAL | | 127.950.000 | |
| 19 | APRIL | 71 | 05 April 2020 | | LIBUR COVID-19 |
| | | 72 | 12 April 2020 | | |
| | | 73 | 19 April 2020 | | |
| | | 74 | 26-04-20120 | | |
| 20 | MEI | 75 | 03 Mei 2020 | | |
| | | 76 | 10 Mei 2020 | | |
| | | 77 | 17 Mei 2020 | | |
| | | 78 | 24 Mei 2020 | | |

| | | | | | |
|----|-----------|--------------|---------------------|--------------------|---|
| | | 79 | 31 Mei 2020 | | |
| | | 80 | 07 Juni 2020 | | |
| 21 | JUNI | 81 | 14 Juni 2020 | 16.491.000 | |
| | | 82 | 21 Juni 2020 | 25.077.000 | |
| | | 83 | 28 Juni 2020 | 30.111.000 | |
| | | TOTAL | | 71.679.000 | |
| | | | | | |
| 22 | JULI | 84 | 05 Juli 2020 | 36.732.000 | |
| | | 85 | 12 Juli 2020 | 39.409.000 | |
| | | 86 | 19 Juli 2020 | 39.539.000 | |
| | | 87 | 26 Juli 2020 | 42.870.000 | |
| | | TOTAL | | 158.550.000 | |
| 23 | AGUSTUS | 88 | 02 Agustus 2020 | 31.464.000 | |
| | | 89 | 09 Agustus 2020 | 41.288.000 | |
| | | 90 | 16 Agustus 2020 | 32.107.000 | MERDEKA, MUSIK DAN MERCHANDISE |
| | | 91 | 23 Agustus 2020 | 44.005.000 | |
| | | 92 | 30 Agustus 2020 | 44.335.000 | BEDAH BUKU PEMBANGUNAN EKONOMI DESA |
| | | TOTAL | | 193.199.000 | |
| 24 | SEPTEMBER | 93 | 06 September 2020 | 46.510.000 | |
| | | 94 | 13 September 2020 | 42.033.000 | MPR (MUSIK PENGHIBUR RAKYAT) DAN TALKSHOW MADANI |
| | | 95 | 27 September 2020 | 32.430.000 | |
| | | TOTAL | | 120.973.000 | |
| 25 | OKTOBER | 96 | 04 Oktober 2020 | 34.892.000 | TALKSHOW MADANI |
| | | 97 | 11 Oktober 2020 | 24.499.000 | |
| | | 98 | 18 Oktober 2020 | 37.532.000 | |

| | | | | | |
|----|----------|--------------|------------------|--------------------|-----------------------|
| | | 99 | 25 Oktober 2020 | 48.752.000 | PERPUSTAKAAN INKLUSI |
| | | TOTAL | | 145.675.000 | |
| 26 | NOVEMBER | 100 | 01 November 2020 | 47.000.000 | |
| | | 101 | 08 November 2020 | 41.569.000 | PEREMPUAN DAN BUKU |
| | | 102 | 15 November 2020 | 45.788.000 | DONGENG ANAK |
| | | 103 | 22 November 2020 | 44.778.000 | PUBLIC SPEAKING CLASS |
| | | 104 | 29 November 2020 | 45.388.000 | |
| | | TOTAL | | 224.523.000 | |
| 27 | DESEMBER | 105 | 06 Desember 2020 | 46.346.000 | |

Sumber : Laporan Omset Pasar Yosomulyo Pelangi





Berdasarkan tabel 1.1 Pasar Yosomulyo Pelangi sudah melakukan 105 kali gelaran diHitung dari Bulan Oktober 2018 sampai Bulan Desember 2020 omset yang sudah didapat sebesar Rp.3.737.385.000. Selama 105 kali gelaran omset tertinggi

pada 28 Juli 2019 sebesar Rp.62.600.000 karena Payungi mengadakan acara ReggeaTime With Gingsoul dan Membaur dan omset terendah pada 16 Juni 2019 sebesar Rp.15.152.000 karena Payungi mengadakan acara Halal Bihalal lebaran.

Tabel 1.2
REKAP OMSET PASAR RAMADHAN PAYUNGI
TAHUN 1440 H / 2019 M
YOSOMULYO METRO PUSAT KOTA METRO

| NO | TANGGAL | | OMSET | KET |
|----|---------|--------|------------|-------|
| | RMD | NAS | | |
| 1 | 1 | 06-Mei | 11.084.000 | |
| 2 | 2 | 07-Mei | 15.255.000 | |
| 3 | 3 | 08-Mei | 13.540.000 | |
| 4 | 4 | 09-Mei | 11.769.000 | |
| 5 | 5 | 10-Mei | 11.933.000 | |
| 6 | 6 | 11-Mei | 10.493.000 | |
| 7 | 7 | 12-Mei | 11.467.000 | |
| 8 | 8 | 13-Mei | 10.121.000 | |
| 9 | 9 | 14-Mei | 7.644.000 | |
| 10 | 10 | 15-Mei | 5.763.000 | Hujan |
| 11 | 11 | 16-Mei | 4.796.000 | Hujan |
| 12 | 12 | 17-Mei | 7.010.000 | |
| 13 | 13 | 18-Mei | 7.612.000 | |
| 14 | 14 | 19-Mei | 7.925.000 | |
| 15 | 15 | 20-Mei | 5.930.000 | Hujan |
| 16 | 16 | 21-Mei | 7.232.000 | |
| 17 | 17 | 22-Mei | 5.890.000 | |
| 18 | 18 | 23-Mei | 6.590.000 | |

| | | | | |
|----|---------------|--------|--------------------|--|
| 19 | 19 | 24-Mei | 6.177.000 | |
| 20 | 20 | 25-Mei | 5.401.000 | |
| 21 | 21 | 26-Mei | 5.202.000 | |
| | JUMLAH | | 178.834.000 | |

Sumber : Laporan Omset Pasar Yosomulyo Pelangi

Pada tabel 1.2 di Bulan Ramadhan omset tertinggi pada tanggal 07 Mei 2019 sebesar Rp.15.255.000 karena seluruh pedagang Payungi berjualan bersama mahasiswa dan mahasiswi IAIN Metro, dan omset terendah pada tanggal 16 Mei 2019 sebesar Rp. 4.796.000 di karenakan cuaca yang tidak mendukung dan banyak pedagang yang tidak berjualan.

Pada tahun 2018 jumlah pedagang sebanyak 38 pedagang, tahun 2019 jumlah pedagang sebanyak 55 pedagang. Dan pada tahun 2020 jumlah pedagang sebanyak 68 pedagang.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan kepada Bapak Ahmad Tsauban Selaku penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi. Kendala yang dihadapi dalam peningkatan omset yang pertama yaitu faktor eksternal seperti cuaca atau alam untuk saat ini seperti Covid-19 dan yang kedua yaitu faktor internal seperti pedagang yang berhalangan tidak berjualan dan itu yang menyebabkan omset menjadi turun.

Upaya yang dilakukan untuk meningkatkan omset para pedagang yaitu memberikan pendampingan untuk menjamin mutu dagangannya itu sendiri, ketika kuliner itu tidak sesuai dengan selera pengunjung atau pembeli lama kelamaan jelas menurun, bagaimana untuk meningkatkannya kita harus memberikan motivasi, pendampingan, semangat dan pelatihan untuk kiatannya dengan kuliner supaya bisa di nikmati oleh pengunjung dengan nyaman dan tidak kecewa.

Tujuan peningkatan omset itu sendiri untuk kesejahteraan pedagang, semakin naik omset maka harapannya semakin sejahtera, yang tadinya hanya

sebagai ibu rumah tangga yang tidak ada penghasilan dan hanya mengandalkan dari suami maka sudah punya penghasilan sendiri dari berjualan di payungi.¹

D. Peran Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi

1. Jenis Usaha yang dikembangkan Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi

Keberadaan pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi (Payungi) mendapat perhatian yang positif bagi masyarakat, baik masyarakat sekitar Kelurahan Yosomulyo sendiri maupun Kota Metro. Terbukti dengan meningkatnya perkembangan jumlah pengunjung setiap minggunya serta omset yang didapatkan. Pasar Payungi adalah pasar yang dikelola oleh swadaya dangotong royong masyarakat, Payungi memberikan keterampilan kepada masyarakat Yosomulyo dibidang pengembangan ekonomi.

Usaha-usaha ekonomi ini dipilih karena selain lingkungan pasar yang sangat Peranal untuk mengembangkannya. Juga dinilai memiliki prospek yang baik, terutama didukung dengan masyarakat yang mulai sadar untuk bergotong royong mengoptimalkan Payungi serta letak geografis pasar tersebut yang telah banyak diketahui masyarakat. Adapun unit-unit usahayang dikembangkan Pasar Yosomulyo Pelangi adalah sebagai berikut:

¹Wawancara dengan Bapak Ahamd Tsauban Selaku Pedagang Payungi, 10 Desember 2020

a. Wahana Permainan

Untuk menambahkan minat pengunjung, Pasar Yosomulyo Pelangi Metro juga terdapat wahana permainan yang menjadi destinasi wisata unggulan, wahana-wahana tersebut dikelola oleh para relawan mahasiswa IAIN Metro Lampung wahana-wahana tersebut antara lain:

1) Flying Fox

Flying fox adalah permainan game tantangan individu yang diadaptasi dari pelatihan militer. Game ini dilakukan dengan cara meluncur dari ketinggian tertentu melalui wire (kabel baja). Di pasar Payungi metro flying fox menjadi salah satu wahana yang paling banyak peminatnya, harga satu kali naik Rp. 5000,- untuk klasifikasi menaiki wahana ini maksimal berat badan 80 Kg.

2) Panahan

Panahan (*Archery*) adalah salah satu kegiatan menggunakan busur panah untuk menembakkan anak panah, panahan telah ada sejak 5.000 tahun yang lalu, panahan yang awalnya digunakan untuk berburu kemudian berkembang sebagai senjata dalam pertempuran dan sekarang menjadi olahraga. Di pasar Yosomulyo Pelangi panahan menjadi wahana yang cukup digemari, untuk satu kali permainan hanya membayar Rp 5000,- dengan jumlah 6 anak panahan.

3) Taman Kelinci

Taman kelinci yang terdapat di pasar Yosomulyo Pelangi adalah wahana yang paling digemari oleh anak-anak, di dalam taman kelinci terdapat sekitar 20 ekor kelinci, di area tersebut pengunjung diperbolehkan memberi makan kelinci dan berfoto dengan kelinci. Selain kelinci para pengunjung juga dapat memberi makan ikan dan kura-kura. Untuk memasuki area taman kelinci pengunjung cukup membayar Rp. 5000,- dan sudah termasuk wortel untuk memberi makan kelinci-kelinci tersebut.

4) Spot-spot Foto

Sesuai dengan observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 05 Mei 2019, Spot foto yang terdapat di pasar Yosomulyo Pelangi Metro cukup banyak, dinding-dinding rumah warga serta jalandi cat dan diberi gambar-gambar menarik seperti, sepeda, jembatan, sayap-sayapan dan gambar-gambar yang mempercantik kawasan pasar Payungi, untuk menambah minat pengunjung penggagas dan warga sekitar pasar bergotong royong selepas gelaran untuk memperbaiki dan menambah spot-spot foto di kawasan pasar.

5) Perpustakaan

Perpustakaan adalah salah satu tempat yang juga menjadi unggulan pasar Payungi. Perpustakaan juga sebagai tempat untuk wawancara, kuliah umum dan terdapat studio untuk potcast,

rekaman lagu, edit vidio, dan lain sebagainya, di perpustakaan juga terdapat buku-buku bacaan yang disediakan oleh para pengelola untuk dapat menambah wawasan parapengunjung dan juga hiburan tambahan bagi pengunjung yang ingin membaca, buku-buku tersebut diperoleh melalui pembelian pengelola, sumbangan juga buku pinjaman dari perpustakaan daerah. Menurut wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 07 April 2019.

6) Co-working space

Co-Working Space adalah salah satu tempat tempat untuk menerima para tamu yang datang ke pasar Yosomulyo Pelangi, untuk melakukan penelitian, wawancara, rapat, dan lain sebagainya.

Menurut hasil wawancara kepada Ibu Tri Utami selaku penjual lemet, nasi goreng tiwul, tape ketan, gatot, dan lain-lain. Ibu Tri Utami telah ikut berpartisipasi berdagang dipayungi dari pertama kali pasar tersebut diresmikan, beliau berkata “saya pensiunan BUMN yang hanya dirumah saja, jadi saat di bukanya PAYUNGI saya mempunyai tambahan penghasilan setiap hari minggunya”. Selama gelaran Payungi per minggunya Ibu Tri Utami mendapatkan omset sebesar Rp.800.000 sampai Rp.1.200.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang dan lebih Rp.300.000. Ibu Tri Utami menjual nasi goreng tiwul dengan harga Rp 5.000, tape ketan dengan

harga Rp.1.000, gatot dengan harga Rp.2.500. Selama adanya Covid-19 penghasilan Ibu Tri Utami sangat berpengaruh.²

Ibu Sulamiatun selaku penjual sayur matang, nasi urap, cenil, dan lain-lain. Ibu Sulamiatun telah ikut berpartisipasi berdagang dipayungi dari pertama kali pasar tersebut diresmikan, beliau berkata “dulusebelum ada pasar ini, saya setiap hari senin-sabtu bekerja sebagai asisten rumah tangga, kemudian diajak ikut dagang dipasar Payungi, kan hanya hari minggu saja jadi ada penghasilantambahan untuk keluarga”. Selama gelaran Payungi per minggunya Ibu Sulamiatun mendapatkan omset sebesar Rp.700.000 sampai Rp.750.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang dan lebih Rp.300.000 sampai Rp.350.000.³ Ibu Sulamiatun menjual nasi urap mulai dari harga Rp 5.000-, sampai dengan Rp 12.000-, tergantung dari menu. Selama adanya Covid-19 penghasilan Ibu Sulamiatun sangat berpengaruh.

Ibu Ari Suswati selaku penjual gudeg. Ibu Ari Suswati telah ikut berpartisipasi berdagang dipayungi dari pertama kali pasar tersebut diresmikan, beliau berkata “sebelum ada Payungi saya sudah berjualan gudeg juga, tetapi setelah adanya Payungi setiap minggunya penghasilan saya allhamdulillah bertambah”, Selama gelaran di Payungi per minggunya Ibu Ari mendapatkan omset sebesar Rp2.000.000 sampai Rp.4.000.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan sebesar Rp.1.000.000 sampai Rp.2.000.000. Gudeg Bu Ari dapat di bawa pulang dan makan ditempat. Gudeg Bu Ari disajikan dengan krecek pedas, ayam, **telor** bumbu gudeg, dan buntil. Harga

²Wawancara dengan Ibu Tri Utami Selaku Pedagang Payungi, 27 Desember 2020

³Wawancara dengan Ibu Sulamiatun Selaku Pedagang Payungi, 27 Desember 2020

Gudeg Bu Ari mulai dari Rp 10.000-, sampai dengan Rp 25.000-, tergantung dari menuanya. Selama hari minggu gelaran Payungi Bu Ari menjual telur sebanyak 20 kilogram, krecek sebanyak 5 bal, nangka muda sebanyak 8 buah, ayam sebanyak 40 potong dan nasi sebanyak 20 kilogram. Selama adanya pandemi Covid-19 ini penghasilan Ibu Ari tidak berpengaruh karena Ibu Ari setiap hari nya berjualan di lapak dari jam 06.00-10.00 dan membuka jualan online.⁴

Ibu Sunarni selaku penjual getuk dan jenang jagung. Ibu Sunarni telah ikut berpartisipasi berdagang dipayungi dari pertama kali pasar tersebut diresmikan, beliau berkata “saya hanya bekerja sebagai asisten rumah tangga, dan setelah adanya Payungi ini penghasilan saya lumayan bertambah untuk kebutuhan sehari-hari”. Selama gelaran di Payungi per minggunya Ibu Sunani mendapatkan omset kurang lebih Rp.1.500.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.750.000. Ibu Sunarni membuat getuk menghabiskan singkong 40 kg, dan membuat jenang jagung menghabiskan jagung 15 kg. Setelah di olah menjadi Getuk dan jenang jagung menghasilkan 13 sampai 14 nampan, dan kelapa 45 buah. Ibu Sunarni berkata “Terkadang mencari singkong juga susah, waktu itu saya sudah beli singkong 50 kg waktu sudah di rebus tidak bisa di tumbuk, dan yang bisa di tumbuk hanya 5 kg saja, 5 kg itu hanya jadi 1 nampan kecildan kalau tidak bisa di tumbuk hanya di potong kecil-kecil lalu di jemur setelah itu bisa di goreng atau di kasih ke tetangga-tetangga. Kalau jagung di buat pasti jadi,

⁴Wawancara dengan Ibu Ari Suswati Selaku Pedagang Payungi, 27 Desember 2020

Singkong dan jagung saya ambil dari petani dan harganya lebih miring.” Selama adanya Covid-19 penghasilan Ibu Sunarni sangat berpengaruh.⁵

Ibu Eka selaku penjual buah-buahan. Ibu Eka telah ikut berpartisipasi berdagang dipayungi baru 6 bulan belakangan ini, beliau berkata “sebelumnya saya sudah berjualan di belakang rumah sakit umum, untuk menambah penghasilan saya mencoba berjualan di payungi yang hasilnya lumayan. Selama gelaran di Payungi per minggunya Ibu eka mendapatkan omset sebesar Rp.100.000 sampai Rp200.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.100.000. Ibu Eka berjualan buah tergantung lagi musim buah, kebetulan ibu Eka pada saat penulis wawancara sedang berjualan anggur dan jeruk dimana harga jeruk Rp.15.000, Anggur per kg nya Rp.30.000 dan anggur yang di bungkus dengan mika Rp.10.000. Ibu Eka berjualan buah tergantung pada saat itu sedang musim buah apa.⁶

Mas Mukmin selaku penjual ikan hias. Mas Mukmin telah ikut berpartisipasi berdagang dipayungi kurang dan lebih 1 tahun, beliau berkata “saya sebagai mahasiswa IAIN ingin mencari tambahan uang jajan dengan berjualan ikan hias di Payungi dan saya juga berjualan di rumah, penghasilan berjualan di Payungi sangat lumayan”. Selama gelaran di Payungi per minggunya mas mukmin mendapatkan omset Rp.100.000 sampai Rp.200.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.100.000. Mas Mukmin mengambil ikan hiasnya terkadang di pungur dan mencari di facebook yang berjualan di sekitaran metro, jika hanya mengandalkan yang di

⁵Wawancara dengan Ibu Sunarni Selaku Pedagang Payungi, 27 Desember 2020

⁶Wawancara dengan Ibu Eka Selaku Pedagang Payungi, 27 Desember 2020

punggur terkadang kosong tidak ada ikan hias. Mas mukmin berjualan Makanan ikan seharga Rp.1.000, aquarium Rp.10.000, penghilang jamur ikan seharga Rp.8.000, dan ikannya sendiri seharga Rp5.000. Mas Mukmin membeli ikan hias dengan harga Rp.300.000 dalam 1 jenis ikan saja, dan habis terjual selama 3 minggu.⁷

Mas Dwi Nugroho selaku penjual pupuk dan media tanam. Mas Dwi Nugroho ikut berpartisipasi menjadi tim kreatif dipayungi dari pertama kali pasar tersebut diresmikan, beliau berkata “sebelum nya yang menjaga stan pupuk di Payungi bukan saya tetapi teman saya, dan hasilnya lumayan, setiap hari nya juga banyak pesanan pupuk dan media tanam”. Selama gelaran di Payungi per minggunya Mas dwi mendapatkan omset sebesar Rp.150.000 sampai Rp.250.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.100.000. Pupuk seharga Rp.7.000 beli 3 seharga Rp.20.000, media tanam seharga Rp.15.000 sampai Rp.40.000. Setiap Minggunya Mas Dwi mengambil pupuk dan media tanam sebanyak 20 kantong.⁸

Mas Mustika Edi Santosa selaku penjual Air Mineral Cleo dan Masker Tapis. Mas Mustika telah ikut berpartisipasi menjadi Tim kreatif dipayungi dari pertama kali pasar tersebut diresmikan, beliau berkata “saya berjualan cleo dan masker tapis di Payungi baru 3 bulan belakangan ini”. Selama gelaran di Payungi per minggunya Mas Mustika mendapatkan omset cleo kurang lebih Rp.150.000, hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.50.000. Dan mendapatkan omset masker tapis kurang lebih Rp.400.000,

⁷Wawancara dengan Mas Mukmin Selaku Pedagang Payungi, 27 Desember 2020

⁸Wawancara dengan Mas Dwi Nugroho Selaku Pedagang Payungi, 27 Desember 2020

hasil jualan tersebut mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.100.000. Harga Air Mineral Cleo perkardus nyaRp.43.000, perbiji seharga Rp.3.000 dengan ukuran 550ML dan 220ML seharga Rp2.000.Mas Mustika berkata “berjualan masker di payungi karena ingin ada varian lokal masker salah satunya tapis, kebetulan dapat pengrajin tapis yang jual masker tapis. Dan berjualan cleo karena pihak cleo mengajak kerjasama dengan payungi”. Harga masker mulai dari Rp.10.000-Rp.35.000, seringkali dalam 2 kali gelaran masker sudah habis tetapi stok diantar tiap minggu oleh pengrajin masker tapis dengan menyesuaikan barang yang habis atau tinggal sedikit. Dan untuk Air Mineral Cleo dalam 1 bulan habis hingga 15dus.⁹

Keuntungan tersebut digunakan untuk infak, araisan, tabungan, **pengembangan** pasar, dan kebutuhan sehari-hari. Modal yang didapatkan diputar kembali untuk membeli bahan-bahan yang untuk dijual pada minggu depan. Dengan adanya Payungi ini sangat membantu penghasilan masyarakat Yosomulyo.

Dapat di ambil garis merah pada wawancara diatas, bahwa **penurunan** omset tersebut dikarenakan adanya faktor eksternal dan faktor internal. Dimana faktor internal terdiri dari tenaga kerja yang tidak ada dan modal yang tidak ada. Dan Faktor eksternal diakibatkan karena keadaan alam. Peningkatan omset yang ada diPayungi disebabkan adanya Kekuatan-kekuatan dari luar Payungi yang dapat memberikan keuntungan. Payungi termasuk ke dalam

⁹Wawancara dengan Mas Mustika Selaku Pedagang Payungi, 27 Desember 2020

Pasar Tradisional dimana pembeli dilayani langsung oleh penjual sehingga dimungkinkan masih terjadi tawar menawar harga.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro berpotensi dalam peningkatan perekonomian masyarakat, hal tersebut terbukti dari pengakuan beberapa masyarakat yang ikut serta bergabung di Payungi. Kehadiran Pasar Yosomulyo membawa pengaruh yang sangat signifikan di dalam masyarakat baik kreatifitas maupun perekonomian yang membuat taraf hidup masyarakat Kelurahan Yosomulyo Metro Pusat semakin meningkat.

Payungi sangat berpengaruh terhadap tingkat pendapatan pedagang maupun pemasukan pasar sehingga mempengaruhi peran pasar tersebut dalam peningkatan perekonomian masyarakat, dan diharapkan mampu membuka lapangan pekerjaan baru dan mengurangi pengangguran.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan peningkatan omset Payungi di antaranya seperti :

1. Adanya event-event band asal Kota Metro dan event-event lainnya.
2. Keadaan alam yang mendukung sehingga banyak pengunjung yang datang.
3. Awal bulan dan akhir bulan terkadang banyak pengunjung yang datang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dikemukakan saran yaitu pengelolapasar harus selalu memberikan pelatihan dan pengarahan kepada masyarakat sekitardalam pembuatan makanan yang lebih kreatif dan lebih beragam serta harus lebih jelidalam membaca keinginan pelanggan. Dan juga lebih di perbanyak dalam mengadakan event-event di Payungi agar omset pedagang dapat terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam, Edisi Kelima*, (Jakarta: PT Raja GrafindoPersada, 2007)
- Albi Anggito Dan Johan Setiawan, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Sukabumi: CV Jejak, 2018)
- Aulia Tsaman, *Ekonomi Manajerial Dengan Pendekatan Matematis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013)
- Budi Wahyono, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Di Pasar Bantul Kabupaten Bantul*, (Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017)
- Coristya Berlian Ramadana, Heru Ribawanto, Suwondo, “*Jurnal Administrasi Publik (JAP)*”, Vol. 1, No. 6 (2013)
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit J-Art,2004)
- Fandy Tjiptono, *Startegi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008)
- Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional: Potret Ekonomi Rakyat Kecil*, (Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama, 2011)
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 1 ed. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2009)
- Jaya Bahwi Yanti dan Apippuddin Adnan ,*Upaya Meningkatkan Omzet Penjualan Smartphone Blackberry dengan Menggunakan Analisis Swot pada PT Teletama Artha Mandiri (TAM) Depo Banjarmasin*, Jurnal KINDAI, No.2, Vol. 11 (Juni 2015).
- Kasmir, *kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Press, 2010), Ed-1.
- Lukman Abdul Rahman, *Analisis Pengaruh Pasar Modern Terhadap Omzet Pedagang Pasar Tradisional studi kasus binjai supermall hypermart terhadap perekonomian pedagang pasar tavip kota binjai*.(Medan, UIN Sumatera Utara Medan, 2019)

- M. Irwan Trias Saputra, Suharyono , Kadarisman Hidayat, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 38 No. (8 Oktober 2020)
- Nikmatul Makuroh “*Peran Pasar Tradisional Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Pasar Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat Kota Metro*,”(Metro, IAIN Metro, 2019)
- Noor Juliansyah, *Metode Penelitian: Skripsi, Tesis, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011)
- Phillip Kotler, Manajemen Pemasaran , *Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Rismayani, *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Ke Enam (Bandung: Mizzan, 1999)
- Rusma Rizal, Romidon Hidayat, Ica Handika, *Jurnal Adminika* Volume 3. No. 2, Juli– Desember 2017 ISSN : 2442-3343.
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 1, (Rajawali Pers: Jakarta, 2013)
- Sudrajat, *Kiat Mengentaskan Pengangguran Melalui Wirausaha*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Cet. 8 (Bandung: Alfabeta, 2009)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Swastha, Basu. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Liberty. 1993)
- Todaro. Michael P. & Smith. Stephen C. *Pembangunan Ekonomi*. Edisi ke 9. (Jakarta: Erlangga, 2006)

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1243/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

08 Juni 2020

Kepada Yth:

1. Liberty, S.E., M.A
 2. Esty Apridasari, M.Si
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Farah Fa'Adillah
NPM : 1602100030
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah (S1-PBS)
Judul : Analisis Peningkatan Omset Dan Laporan Keuangan Pasar Yosomulyo Pelangi

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

OUTLINE

ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENEITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Pertanyaan Penelitian

- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Omset
 - 1. Pengertian Omset
 - 2. Faktor-Faktor Peningkatan Omset
- B. Pasar
 - 1. Pengertian Pasar
 - 2. Pengertian Pasar Tradisional
 - 3. Macam-Macam Pasar
 - 4. Peran Pasar Dalam Peningkatan Ekonomi

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
 - 1. Jenis Penelitian
 - 2. Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
 - 1. Sumber Data Primer
 - 2. Sumber Data Sekunder
- C. Teknik Pengumpulan Data
 - 1. Wawancara
 - 2. Dokumentasi
- D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Pasar Yosomulyo Pelangi
- B. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Omset Pasar Yosomulyo Pelangi
- C. Analisis Peningkatan Omset Pasar Yosomulyo Pelangi

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 07 Desember 2020

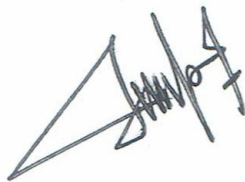
Penulis



Farah Fa'adillah

NPM : 1602100030

Pembimbing I



Liberty, SE., M.A

NIP. 19740824 2000032002

Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si

NIP. 1988042720 1 503 20005

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL
YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT

A. Wawancara/Interview

1. Founder (Penggagas) Pasar Yosomulyo Pelangi

- a. Apa yang mendasari dibukanya Pasar Yosomulyo Pelangi ?
- b. Bagaimana upaya Pasar Yosomulyo Pelangi mengelola usaha-usaha yang ada agar dapat berkembang ?
- c. Bagaimana usaha Payungi meyakinkan masyarakat untuk ikut serta dalam pengembangan pasar ?

2. Penggerak Pasar Yosomulyo Pelangi

- a. Kendala apa yang dihadapi Payungi dalam peningkatan omset ?
- b. Upaya Apa yang dilakukan payungi untuk meningkatkan omset para pedagang ?
- c. Apa tujuan peningkatan omset di Payungi ?
- d. Apa yang menyebabkan penurunan omset di Payungi ?
- e. Faktor apa saja yang menyebabkan penurunan omset di Payungi ?

3. Pedagang Pasar Yosomulyo

- a. Sejak kapan anda bergabung dengan Payungi ?
- b. Sebelum menjadi pedagang di Payungi, apa pekerjaan anda ?
- c. Apakah yang membuat anda tertarik ikut berdagang di Payungi ?
- d. Apakah harga yang diberikan tidak terlalu mahal dan telah sesuai dengan proses pembuatan ?
- e. Setelah bergabung di Payungi, apakah berpengaruh terhadap peningkatan penghasilan anda, tolong berikan alasannya.
- f. Berapakah omset yang di dapatkan pada satu kali gelaran Payungi ?

- g. Berapakah keuntungan bersih yang di dapatkan selama satu kali gelran payungi?
- h. Seberapa Besar Pengaruh Dari Adanya Covid 19 Terhadap Omset Pedagang ?

B. Dokumentasi

- 1. Sejarah Pasar Yosomulyo Pelangi
- 2. Struktur Kepengurusan
- 3. Laporan Omset Pedagang Pasar Yosomulyo Pelangi

Metro 29 Desember 2020

Penulis



Farah Fa'adillah

NPM : 1602100030

Pembimbing I



Liberty, SE., M.A

NIP. 19740824 2000032002

Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si

NIP. 1988042720 1 503 20005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : 0060/In.28/D.1/TL.00/01/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Ketua Pasar Yosomulyo Pelangi
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 0059/In.28/D.1/TL.01/01/2021,
tanggal 11 Januari 2021 atas nama saudara:

Nama : **FARAH FA'ADILLAH**
NPM : 1602100030
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Pasar Yosomulyo Pelangi, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 11 Januari 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA****INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO****FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 0059/In.28/D.1/TL.01/01/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : FARAH FA'ADILLAH
NPM : 1602100030
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk:
1. Mengadakan observasi/survey di Pasar Yosomulyo Pelangi, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 11 Januari 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Drs.H. M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 001





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Farah Fa'adillah Jurusan/Fakultas : SI PBS/Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 1602100030 Semester / TA : IX/ 2019-2020

| No. | Hari/ Tanggal | Hal-Hal yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|-----|-------------------------|---|---|
| | Jum'at, 01 Januari 2021 | <ol style="list-style-type: none">1. Pada bab 4, sertai dengan sumber, baik itu dr hasil wawancara ataupun dokumentasi2. Penulisan tabel dirapikan dan diberi sumber3. Antar tabel yg ada diberi narasi terlebih dahulu sebelum masuk ke tabel berikutnya4. Setelah pemaparan hasil wawancara bs juga dianalisis dg mengaitkan dg teori yg ada pada bab 2. |  |
| | Rabu,06 Januari 2021 | Silahkan lanjutkan ke bab 5 |  |

Dosen Pembimbing II,



Esty Apridasari, M.Si

NIP. 1988042720 1 503 20005

Mahasiswa Ybs,



Farah Fa'adillah

NPM. 1602100030





KEMENTRIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Farah Fa'adillah Jurusan/Fakultas : SI PBS/Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 1602100030 Semester / TA : IX/ 2019-2020

| No. | Hari/ Tanggal | Hal-Hal yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|-----|------------------------|---|---|
| | Kamis, 07 Januari 2021 | Kesimpulan harus menjawab pertanyaan penelitian, tidak perlu terlalu panjang dan tidak perlu diberikan pengantar lg. Singkat, padat, jelas, dan tepat menjawab pertanyaan penelitian. Dicek lg kesimpulannya, apakah sudah menjawab pertanyaan penelitian/belum |  |
| | Senin, 11 Januari 2021 | ACC Bab 5 Silahkan lanjut ke pembimbing 1 |  |

Dosen Pembimbing II,



Esty Apridasari, M.Si

NIP. 1988042720 1 503 20005

Mahasiswa Ybs,



Farah Fa'adillah

NPM. 1602100030



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Farah Fa'adillah Jurusan/Fakultas : SI PBS/Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 1602100030 Semester / TA : IX/ 2019-2020

| No. | Hari/ Tanggal | Hal-Hal yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|-----|---------------------------|---|--------------|
| | Kamis, 14 Januari 2021 | Sekripsi telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan Skripsi Acc. Siap Ujian ct | |

Dosen Pembimbing I,

Liberty, SE., MA

NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Farah Fa'adillah

NPM. 1602100030



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM



Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Farah Fa'adillah Jurusan/Fakultas : SI PBS/Ekonomi dan Bisnis Islam

NPM : 1602100030 Semester / TA : IX/ 2019-2020

| No. | Hari/ Tanggal | Hal-Hal yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|-----|-------------------------|--|---|
| | Rabu, 16 Desember 2020 | Pertanyaan APD bisa lebih di fokuskan pada omset, hal-hal apa saja yang membuat omset tinggi dll. Dasar membuat ADP dilihat pada teori di bab 2. |  |
| | Kamis, 17 Desember 2020 | ACC APD (Alat Pengumpul Data) |  |

Dosen Pembimbing II,


Esty Apriadasari

NIP. 1988042720 1 503 20005

Mahasiswa Ybs,


Farah Fa'adillah

NPM. 1602100030



KEMENTRIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Farah Fa'adillah Jurusan/Fakultas : SI PBS/Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 1602100030 Semester / TA : IX 2019-2020

| No. | Hari/ Tanggal | Hal-Hal yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|-----|--------------------------|---|---|
| | Selasa, 03 Desember 2020 | 1) Untuk bab 4 poin A. dituliskan gambaran umum lokasi penelitian saja. Nanti sejarahnya masuk ke sub bab nya saja. 2) Di anak sub bab A. tidak usah ditulis dulu di outline |  |
| | Senin, 07 Desember 2020 | ACC OUTLINE |  |

Dosen Pembimbing II,


Esty Aridasari

NIP. 1988042720 1 503 20005

Mahasiswa Ybs,


Farah Fa'adillah

NPM. 1602100030



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Farah Fa'adillah
NPM : 1602100030

Jurusan/Fakultas : SI PBS/FEBI
Semester / TA : IX/ 2019-2020

| No. | Hari/ Tanggal | Hal-Hal yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|-----|---------------|--|--------------|
| | 14/12 - 20 | Outline Outline telah di perbaiki | |
| | | Outline Acc | |
| | | | |

Dosen Pembimbing I,

Liberty, SE., MA
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Farah Fa'adillah
NPM. 1602100030





KEMENTRIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111

Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Farah Fa'adillah Jurusan/Fakultas : SI PBS/Ekonomi dan Bisnis Islam
NPM : 1602100030 Semester / TA' : IX/ 2019-2020

| No. | Hari/ Tanggal | Hal-Hal yang Dibicarakan | Tanda Tangan |
|-----|-----------------------------|---|---|
| | Selasa, 29 Desember 2020 | APD Acc _____ lanjut ke tahap selanjutnya |   |

Dosen Pembimbing I.

Liberty, SE., MA

NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs.

Farah Fa'adillah

NPM. 1602100030



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-60/ln.28/S/U.1/OT.01/01/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

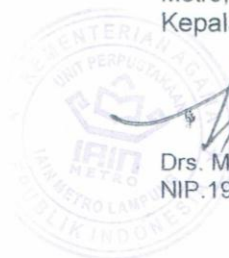
Nama : FARAH FA'ADILLAH
NPM : 1602100030
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1. Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1602100030

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 15 Januari 2021
Kepala Perpustakaan



[Handwritten Signature]
Drs. Mokhtardi Sudin, M.Pd
NIP.195808311981031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF
NOMOR: 3632/ln.28.3/D.1/PP.00.9/12/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa:

Nama : M. Irvan Saputra
NPM : 14118684
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah lulus Ujian Komprehensif dengan rincian sebagai berikut:

| No | Materi Komprehensif | Nilai |
|-------------|--------------------------------|-------|
| 1 | Tafsir Ayat dan Hadits Ekonomi | 75 |
| 2 | Manajemen Keuangan Syariah | 75 |
| 3 | Fiqih Ibadah | 81 |
| 4 | Fiqih Muamalah | 74 |
| 5 | Ekonomi Mikro Makro Islam | 75 |
| 6 | Bank Lembaga Keuangan Syariah | 74 |
| 7 | BTQ Dan Hafalan | 81 |
| Nilai Akhir | | 76 |

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 15 Desember 2020
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111993031001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Farah Fa'adillah

NPM : 1602100030

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul : ANALISIS PENINGKATAN OMSET PASAR TRADISIONAL
YOSOMULYO PELANGI KECAMATAN METRO PUSAT.

Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score 16%*.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 26 Januari 2021

Ketua Program S1 Perbankan Syariah

Reonika Puspita Sari, M.E. Sy.
NIP. 199202212018012001

DOKUMENTASI







DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Peneliti dilahirkan di Metro, pada tanggal 01 Agustus 1998. Peneliti merupakan anak pertama dari dua bersaudara, daripasangannya Bapak Sugiyono dan Ibu Tri Utami. Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti sebagai berikut :

1. Taman Kanak-Kanak (TK) Aisyah Metro Pusat yang diselesaikan pada tahun 2002/2004.
2. Sekolah Dasar (SD) di SDN 7 Metro Pusat yang diselesaikan pada tahun 2004/2010.
3. Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 2 Metro yang diselesaikan pada tahun 2010/2013.
4. Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 5 Metro yang diselesaikan pada tahun 2013/2016
5. Pada tahun 2016/2021, peneliti terdaftar sebagai Mahasiswa SI Jurusan Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pada masa akhir studi, peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul: **“Analisis Peningkatan Omset Pasar Tradisional Yosomulyo Pelangi Kecamatan Metro Pusat”**.