

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Profil Pasar Bulay

Peneliti akan melakukan pemaparan data yang dihasilkan secara langsung dari lapangan, dalam hal ini peneliti melakukan penelitian baik dari hasil pengamatan, wawancara secara langsung maupun secara dokumentasi. Paparan penelitian ini ditunjukkan untuk memberikan sebuah jawaban secara utuh terkait persoalan-persoalan sebagaimana yang telah dirumuskan dalam fokus penelitian.

Pasar Bulay merupakan pasar tradisional yang terletak dikecamatan Galis kabupaten Pamekasan, pasar tradisional Bulay ini salah satu pasar di kabupaten Pamekasan, pasar tradisional ini menjual berbagai produk kebutuhan pokok dan sembako seperti beras, tepung, gula, garam, sayur mayur dan lainnya, selain menjual sembako pasar Bulay ini menjual berbagai kebutuhan lainnya seperti kebutuhan pakaian. Kelebihan pasar Bulay adalah produk yang ada dijual dengan harga merakyat yang mana masyarakat masih bisa dan mampu untuk membeli kebutuhan pokoknya.

a Lokasi Pasar Bulay

Pasar tradisional Bulay terletak di desa Bulay kecamatan Galis kabupaten Pamekasan.

B. Paparan Data

Untuk memperoleh data dan menganalisis data tersebut, peneliti langsung terjun ke lapangan dengan menggunakan prosedur pengumpulan data yang telah dipilih sebelumnya, yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Prosedur

pengumpulan data yang dilakukan merujuk pada fokus penelitian yang telah peneliti tentukan yaitu:

1. Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Secara Tradisional Dan Pemasaran Melalui *Online Shop* Oleh Pedagang Baju Di Pasar Bulay

Pasar adalah suatu tempat perputaran ekonomi dan tempat bertemunya para pembeli dan penjual untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, pasar tradisional Bulay terdapat banyak pedagang atau penjual berbagai macam kebutuhan hidup, diantaranya adalah penjual baju yang begitu banyak sehingga strategi pemasaran yang dilakukan oleh para penjual itu harus efektif supaya bisa membuat tertarik pembeli. Mengelola suatu usaha secara baik dan benar secara efisien dan efektif pada saat ini wajib dilakukan oleh pengusaha yang saat ini karena saat ini persaingan usaha sudah makin keras secara lokal maupun Nasional bahkan Global

Menjalankan suatu usaha secara baik menjadi suatu keharusan bagaimana dalam mempertahankan bahkan mengembangkan usaha apalagi dewasa ini begitu sengit persaingan dalam dunia usaha dengan demikian harapan supaya perusahaan atau usaha mikro maupun makro tidak terkikis oleh pesaing-pesaing yang semakin banyak. Dalam menjalankan usaha yang baik memiliki tujuan untuk bagaimana memberikan kemajuan, untuk mempertahankan usaha.

Pasar menjadi tempat mata pencarian bagi sebagian orang, pasar menjadi tempat mobilitas masyarakat antara pembeli dan penjual dan pasar juga menjadi tempat perputaran ekonomi yang lumayan besar sehingga tak sedikit orang yang berjualan dipasar salah satunya adalah ibu Hazizah selaku penjual baju di pasar Bulay

Berikut wawancaranya:

“saya berjualan baju di pasar Bulay dikarenakan ada potensi ataupun peluang masyarakat sekitar untuk membeli baju di pasar tradisional dan masih belum banyak orang berjualan baju di toko-toko pinggir jalan”¹

¹ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Memutuskan untuk berjualan di pasar bulay karena melihat peluang yang besar bagi banyak orang yang datang kepasar untuk membeli baju dipasar tradisional, mengingat di pinggir jalan desa bulay belum banyak bahkan hampir tidak ada yang menjual baju. Pernyataan yang sama disampaikan oleh bapak Bustami selaku penjual baju di pasar Bulay, berikut petikan wawancaranya:

“saya berjualan dipasar Bulay karena saya melihat setiap harinya pasti ada masyarakat yang berkunjung kepasar sehingga saya rasa menjual di pasar tradisional sangat tepat karena banyak orang yang mencari kebutuhan hidupnya”²

Setiap harinya terdapat sekumpulan orang yang mencari kebutuhan hidupnya dipasar sehingga pasar secara otomatis setiap harinya pasti akan banyak orang yang berdatangan dan dari sinilah bapak bustami memutuskan untuk berjualan dipasar tradisional.

Penyampaian hasil wawancara diatas sesuai dengan observasi yang saya lakukan yang mana dalam setiap harinya ada konsumen yang berkunjung ke pasar bulay untuk memenuhi kebutuhan hidupnya seperti membeli bahan pokok makanan dan juga pakaian³

Hal sama juga disampaikan oleh bapak Rapatta selaku penjual baju di pasar Bulay Berikut wawancaranya:

“Masyarakat desa Bulay dan sekitarnya tidak mungkin terus terusan pergi ke pusat kota untuk membeli kebutuhan hidupnya, sehingga dengan adanya pasar Bulay menjadi salah satu solusi masyarakat agar tidak jauh dalam melakukan pembelian kebutuhan hidupnya termasuk pakaian. Hal ini yang membuat masyarakat desa Bulay dan sekitarnya pergi kepasar Bulay untuk mencari dan membeli kebutuhan hidupnya, hal ini adalah peluang bagi para pelaku usaha dan saya memanfaatkannya dengan berjualan baju di pasar Bulay.”⁴

² Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

³ Observasi, (Kamis, 31 Maret 2022)

⁴ Rapatta, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Data wawancara ini saya perkuat dengan observasi yang saya lakukan bahwa disekitar desa Bulay bisa dikatakan hampir tidak ada masyarakat yang berjualan sehingga masyarakat lebih memilih untuk melakukan pembelian di pasar karena tidak semua orang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya selalu melakukan pembelian di pusat pembelanjaan kota, sehingga dengan adanya pasar Bulay menjadi salah satu alternatif bagi para masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan keadaan ini adalah peluang yang harus dimanfaatkan.⁵ Penjelasan diatas itu dapat diperkuat dari ibu Fadilah Selaku penjual baju di pasar Bulay berikut ini pendapatnya:

“saya perhatikan di desa Bulay tidak terlalu banyak orang yang menjual baju sehingga pilihan model baju tidak terlalu banyak, dari hal ini masyarakat yang membutuhkan baju akan pergi kepasar untuk mencari berbagai macam model yang diinginkan, dan pasar menjadi tempat yang strategis untuk melakukan penjualan.”⁶

Masyarakat desa bulay dan sekitarnya masih belum memikirkan peluang bisnis untuk melakukan penjualan pakaian dipinggir jalan sehingga ketika orang ingin membeli baju atau pakaian akan pergi ke pasar Bulay. Selain tempat yang tidak jauh terdapat banyak pilihan baju yang sesuai dengan yang diinginkan karena banyak pedagang yang menjual baju dipasar bulay, hal tersebut semakin diperkuat atas dasar hasil wawancara langsung dengan ibu Masrufa selaku pengunjung pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“saya untuk memenuhi kebutuhan hidup baik untuk masak, ataupun pakaian selalu berbelanja ke pasar, meskipun saya tidak setiap hari kepasar akan tetapi saya selalu membeli barang di pasar karena tempat yang dekat dan strategis dan barang yang saya cari terpenuhi.”⁷

Walaupun ibu masrufah tidak setiap hari pergi ke pasar bulay akan tetapi setiap berbelanja selalu pergi ke pasar, hal yang sama dikatakan oleh ibu Nurhasanah selaku pengunjung pasar Bulay berikut ini penyampaiannya:

⁵ Observasi, (Kamis, 31 Maret 2022)

⁶ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁷ Masrufa, *Pembeli Baju di Pasar*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

“saya memutuskan untuk berbelanja di pasar tradisional bukan di supermarket karena dari harga tentu lebih murah, selain dekat dan tidak terlalu jauh dan bisa menghemat pengeluaran, contohnya saja baju kalau di pasar harganya merakyat sedangkan kalau di toko yang besar pasti harganya jauh lebih mahal”⁸

Harga yang murah dan tempat yang dekat menjadi salah satu faktor mengapa orang melakukan pembelian di pasar tradisional bukan di super marker.

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa para penjual memutuskan untuk melakukan penjualan atau membuka usaha baju di pasar Bulay karena terdapat berbagai peluang mengingat di desa Bulay dan sekitarnya masih belum banyak orang yang menjual baju sehingga kebanyakan masyarakat pasti akan pergi kepasar jika ingin membeli pakaian atau baju, dan tempat yang dekat menjadi peluang karena tidak semua orang akan pergi ke pusat pembelian yang ada di kota,dan pasar menjadi tempat mobilitas para masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya baik itu para penjual dan para pembeli sehingga pasar setiap harinya pasti ada orang yang berbelanja.

Dalam melakukan penjualan perlu dilihat segmentasi pasar, harus melihat peluang dan melihat sasaran yang akan di targetkan hal ini dijelaskan oleh ibu ina selaku penjual baju di pasar Bulay berikut penyampaiannya:

“Sasaran yang saya lakukan adalah semua kalangan orang yang berkunjung kepasar, akan tetapi barang yang saya jual itu tidak hanya husus orang dewasa saja ada juga untuk anak-anak, sehingga bisa memenuhi sesuai keinginan setiap orang, biasanya ibu-ibu pergi kepasar beli pakaian kepunyaan anaknya”⁹

Semua orang yang datang kepasar menjadi sasaran penjualan sehingga pakaian yang dijual bervariasi baik pakaian untuk dewasa dan ada juga untuk anak-anak sehingga para pengunjung tinggal memilih sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Penyampaian ini di perkuat oleh ibu Hazizah selaku penjual baju di pasar Bulay berikut petikan wawancaranya:

⁸ Masrufa, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁹ Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

“Pasar yang setiap harinya tempat mobilitas para penjual dan pembeli pasti banyak orang yang datang mencari kebutuhan hidupnya, nah orang yang berkunjung kepasar Bulay menjadi sasaran, baik itu orang tua, remaja atau bahkan anak-anak”¹⁰

Setiap orang pasti selalu berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan sebagian besar orang melakukan pembelian atau pembelanjaan di pasar sehingga semua orang yang berkunjung kepasar menjadi sasaran atau target penjualan. Hal senada juga disampaikan oleh Bustami selaku penjual pakaian di pasar Bulay berikut ini penyampaiannya:

“Barang/pakaian yang saya jual bermacam-macam mulai dari pakaian dewasa orang tua, anak-anak, seragam sekolah dan berbagai jenis pakaian yang lainnya hal tersebut menjadikan sasaran penjualan itu berbagai kalangan”¹¹

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sasaran atau target penjualan adalah semua kalangan yang berkunjung ke pasar karena barang yang dijual banyak macam mulai dari barang anak kecil sampai orang tua mulai dari pakaian formal sampai non formal.

Pernyataan diatas sesuai dengan hasil observasi yang saya lakukan, bahwa para pedagang baju/pakaian menjual berbagai macam model pakaian dan juga berbagai ukuran baik itu untuk dewasa ataupun untuk anak-anak hal tersebut membuat kebutuhan konsumen terhadap pakaian yang diinginkan dapat terpenuhi.¹²

Dalam berjualan diperlukan cara untuk bagaimana para pengunjung pasar bisa tertarik terhadap barang atau pakaian yang di jual. para penjual harus melakukan cara pemasaran yang baik hal ini di sampaikan oleh salah satu penjual baju di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“Dipasar bulay tidak sedikit orang yang menjual barang yang sama, ada beberapa orang yang jual pakaian sehingga persaingan perdagangan itu pasti terjadi hal tersebut sangat memerlukan pemasaran yang baik agar para calon konsumen bisa tertarik terhadap barang yang saya jual, yang saya lakukan

¹⁰ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

¹¹ Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

¹² Observasi, (Kamis, 31 Maret 2022)

adalah melakukan promosi setiap harinya dan juga melakukan diskon terhadap barang-barang tertentu setiap harinya”¹³

Untuk membuat orang tertarik terhadap apa yang kita jual perlu adanya strategi yang baik karena di pasar terdapat beberapa penjual yang sama barang dagangannya apa yang kita jual. dalam melakukan pemasaran harus benar baik dan menarik agar membuat orang tertarik untuk membeli barang yang sedang dijual. dengan melakukan promosi dan diskon terhadap barang-barang tertentu, ada juga penyampaian dari bapak Rapatta terkait cara membuat orang tertarik untuk membeli barang yang di jual berikut penyampaiannya:

“dalam melakukan penjualan di pasar saya melakukan strategi pemasaran yang baik karena para pedagang yang menjual dagangannya dengan berbagai macam pilihan bagi para pengunjung untuk melakukan pembelian sehingga saya melakukan promosi besar-besaran terhadap barang dagangan yang saya jual dan saya mengadakan diskon, mengeluarkan informasi terkait barang yang saya jual terhadap para pengunjung pasar agar mengetahui apa yang saya jual dan bisa tertarik untuk berbelanja.”¹⁴

Melakukan strategi pemasaran secara baik agar bisa menarik pengunjung untuk membeli barang yang dijual di pasar sudah pasti strategi yang paling baik akan menjadi pilihan bagi setiap orang. Hal ini sesuai dengan observasi yang saya lakukan bahwa dipasar banyak dagangan yang sama seperti halnya pedagang baju akan tetapi cara memasarkannya ada yang sedikit berbeda seperti melakukan pemasaran dengan menggunakan diskon, dan promosi untuk menarik informasi terhadap konsumen sehingga membuat konsumen tertarik. Dan ada juga yang diperkuat dengan pelayanan yang ramah yang membuat konsumen walaupun lebih mahal akan tetap kembali karena merasa nyaman ¹⁵ Selain strategi pemasaran yang baik perlu juga menentukan dan memperhatikan terkait barang yang akan di jual, hal ini di jawab langsung oleh ibu Ina selaku pedagang di pasar Bulay berikut petikan wawancaranya:

¹³ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

¹⁴ Rapatta, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

¹⁵ Observasi, (Kamis, 31 Maret 2022)

“Dalam melakukan penjualan saya menentukan apa saja yang akan saya jual dan saya juga selalu memperhatikan apa yang akan saya jual, seperti halnya saya menjual pakaian baik itu baju, rok, krudung, kaos, seragam songkok, dan lain sebagainya, semua itu saya perhatikan setoknya, ukuran dan juga motifnya, sehingga ketika konsumen ingin membeli dapat terpenuhi.”¹⁶

Menentukan dan memperhatikan apa yang akan di jual menjadi hal mendasar bagi para pedagang, seperti halnya menentukan barang yang akan dijual contohnya seperti, baju, kaos, celana, rok, kerudung dan lain sebagainya semua itu tetap harus diperhatikan untuk bisa menyediakan hal yang dibutuhkan oleh konsumen. Statmen di atas juga diperkuat oleh bapak Rapatta selaku penjual pakaian di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“Barang yang saya jual sangatlah bervariasi, baik dari model, merk dan ukuranpun juga bervariasi sampai terhadap kualitasnya juga bervariasi sehingga orang tinggal memilih sesuai dengan kebutuhan atau ke inginan yang mereka mau”¹⁷

Berbagai macam merek, berbagai macam model dan ukuran serta kualitas dan harganyaupun juga bervariasi itu selalu diperhatikan dalam penjualan agar para konsumen tinggal memilih sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau diinginkan. Memang banyak variasi atau banyak model baju yang ditawarkan bahkan bukan cuman banyak model akan tetapi banyak merek dan berbagai kualitas yang diberikan hal ini hasil pengamatan yang saya lakukan.¹⁸ Selain hal itu, kualitas dari barang harus menjadi perhatian karena kebanyakan orang memperhatikan kualitas barang, hal tersebut sama dengan apa yang disampaikan oleh ibu Fadilah selaku penjual baju di pasar Bulay berikut ini hasil wawancaranya:

“Barang yang saya jual selalu saya perhatikan kualitasnya, karena kebanyakan orang juga tetap memperhatikan kualitas meskipun harganya murah tetapi orang memilih yang lebih bagus kualitasnya, bukan karena murah kualitasnya hancur atau bahkan gak bisa di pakai, kalau saya memperhatikan kualitas barang itu dari yang paling murah sampai dengan barang yang paling mahal”¹⁹

¹⁶ Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

¹⁷ Rapatta, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

¹⁸ Observasi (Kamis, 31 Maret 2022)

¹⁹ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Kualitas barang yang dijual sangat di perhatikan meskipun dengan harga yang murah, apalagi harga yang lumayan mahal karena orang akan memilih barang yang lebih baik kualitasnya. Kebanyakan orang yang kepasar karena orang tahu bahwa harga dan kualitasnya itu bagus sehingga pasar menjadi pilihan orang untuk berbelanja, dengan itu banyak juga orang yang berjualan di pasar hal ini dijelaskan oleh ibu Hazizah selaku penjual pakaian berikut petikan wawancaranya:

“yang membuat saya memutuskan untuk berjualan di pasar tradisional pasar Bulay dikarenakan banyak masyarakat yang berbelanja ke pasar untuk memenuhi kebutuhannya, dan juga banyak masyarakat ke pasar karena harga dan kualitasnya juga dijaga”²⁰

Pasar tradisional Bulay menjadi pihan untuk berjualan karena terdapat banyak pengunjung yang berbelanja memenuhi kebutuhan hidupnya sehingga tak sedikit orang yang berjualan di pasar Bulay. Meskipun berjualan di pasar secara tradisional, para pedagang juga peka terhadap keadaan zaman dan perkembangannya sehingga mengikuti perkembangan zaman yang sekarang serba digital, hal ini dijelaskan oleh bapak Bustami selaku penjual baju di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“saya selain berjualan dipasar secara tradisional juga melakukan penjualan secara *online* menggunakan dan memanfaatkan teknologi yang serba canggih saat ini, saya menggunakan media sosial seperti *WatsaAp, Instagram*, dan *Facebook*”²¹

Selain melakukan penjualan secara tradisional di pasar pedagang juga melakukan penjualan secara *online* yang memanfaatkan dan menggunakan digital yang saat ini serba canggih, hal yang sama juga di katakan oleh ibu Ina selaku penjual baju di pasar Bulay berikut ini penyampaiannya:

“Saat ini perkembangan zaman yang sangat pesat sehingga terjadi banyak perubahan, bahkan saat ini segala sesuatu serba cepat dengan adanya teknologi yang begitu canggih, sehingga saya tak luput juga memanfaatkan kecanggihannya

²⁰ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

²¹ Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

teknologi ini artinya saya juga melakukan penjualan secara langsung dengan menggunakan sosial media”²²

Perkembangan zaman yang begitu pesat membuat perubahan semakin cepat bahkan dalam kegiatan apapun serba cepat dengan adanya teknologi yang canggih sehingga hal ini menjadi peluang untuk bisa mendapatkan keuntungan dengan melakukan penjualan secara *online*. Penyampaian senada juga dilakukan oleh ibu Fadilah selaku penjual pakaian di pasar Bulay berikut ini penyampainnya:

“perkembangan teknologi yang semakin cepat dan canggih membuat semuanya serba cepat sehingga hal ini sangat bermanfaat bagi dunia usaha, dan saya memanfaatkan itu dengan melakukan penjualan melalui media sosial.”²³

Dalam perkembangan zaman yang semakin cepat menjadi keputusan yang tepat dalam memanfaatkan teknologi dalam melakukan usaha dengan menggunakan media *online*. Dalam melakukan penjualan secara *online* karena terdapat beberapa alasan. hal ini dijelaskan oleh bapak Bustami selaku penjual baju di pasar Bulay:

“memutuskan berjualan secara *online* itu karena zaman sekarang setiap orang hampir memiliki hp, sudah tau dunia digital terkait media sosial seperti *WatshaAp*, *Instagram*, dan *Facebook* sehingga saya memanfaatkan itu”²⁴

Hampir setiap orang memiliki HP dan mengerti terhadap media sosial, sehingga hal ini dimanfaatkan untuk melakukan penjualan secara *online*. Penjelasan senada juga disampaikan oleh ibu Hazizah selaku penjual pakaian di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“melihat peluang dalam pemasaran yang semakin luas, tak hanya membuat orang yang pergi ke pasar untuk melihat, menawar bahkan membeli barang yang diinginkan. akan tetapi sekarang sudah memasuki dunia digital yang begitu cepat sehingga dengan adanya internet bisa menjangkau konsumen yang begitu luas, dengan peluang ini saya memutuskan untuk berjualan secara *online*”²⁵

²² Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

²³ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

²⁴ Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

²⁵ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Peluang semakin besar sekarang bisa menjangkau konsumen yang ada di desa ataupun di perkotaan hal ini dengan adanya internet. Penjualan secara *online* sekarang semua orang memiliki peluang dan mampu memanfaatkannya, keadaan ini disampaikan oleh ibu Ina selaku penjual baju di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“saya melihat peluang bahwa dalam zaman sekarang dunia semakin berkembang mengingat bahwa maraknya dunia digital sehingga saya memulai usaha dengan menggunakan digital melalui media sosial dari beberapa tahun ini, selain saya berjualan secara tradisional saya juga melakukan penjualan secara *online*”²⁶

Penjualan secara modern yaitu secara *online* itu dilakukan beberapa tahun yang lalu karena melihat perkembangan zaman yang serba digital. Seperti penjelasan yang senada disampaikan oleh ibu Fadilah penjual baju di pasar Bulay berikut ini penyampaianya:

“saya melakukan penjualan secara dengan dua cara yang pertama melakukan penjualan secara tradisional (*offline*) dan yang kedua melakukan penjualan secara modern (*online*). Melakukan penjualan secara *online* itu pada memutuskan untuk berjualan, artinya saya melakukan usaha langsung secara tradisional dan secara *online*”²⁷

Melakukan penjualan dengan dua cara yaitu dengan cara *modern* yaitu *online* dan cara tradisional secara *offline*. Melakukan penjualan secara *online* itu langsung dilakukan pada saat awal jualan. Dalam melakukan penjualan harus dengan cara yang baik dan konsisten, ini dijelaskan oleh ibu Hazizah selaku penjual baju di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“saya melakukan penjualan tak hanya konsisten secara penjualan secara tradisional akan tetapi saya juga fokus untuk melakukan penjualan secara *online*, karena dengan begitu penjualan akan jauh semakin meningkat”²⁸

²⁶ Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

²⁷ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

²⁸ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Melakukan penjualan secara konsisten tak hanya secara *offline* akan tetapi juga fokus dan konsisten melakukan penjualan secara *online*, penjelasan yang sama juga disampaikan oleh ibu Bustami selaku penjual baju berikut hasil wawancaranya:

“saya melakukan pemasaran secara *online* itu dilakukan setiap hari, meskipun saya berjualan secara *offline* di pasar, saya juga tetap melakukan penjualan secara *online* di bantu juga oleh keluarga yang lain, dan melakukan secara *online* itu tak hanya dilakukan siang hari meskipun malam hari saya juga melakukan pemasaran dan penjualan”²⁹

Pemasaran secara *online* dilakukan setiap hari sembari melakukan penjualan secara langsung dipasar, penjualan secara *online* tidak hanya dilakukan siang hari saja akan tetapi juga melakukan pemasaran dan penjualan meskipun malam hari. Terdapat juga penjelasan dari ibu Fadilah selaku penjual baju, berikut hasil wawancaranya:

“penjualan secara *online* itu saya lakukan setiap hari akan tetapi bukan saya sendiri yang menghandel, tapi anak saya yang mengurus penjualan secara *online* sedangkan saya melakukan penjualan secara tradisional atau secara *offline* di pasar”³⁰

Penjualan secara *online* dilakukan setiap hari, akan tetapi dibantu oleh orang lain dalam melakukan penjualannya, sehingga penjualan secara tradisional dan secara *online* sama-sama berjalan, juga disampaikan oleh bapak Rapatta selaku penjual baju di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“setiap hari melakukan penjualan secara *online* dan juga melakukan penjualan secara *offline* hal ini dilakukan untuk bagaimana memanfaatkan peluang sehingga dapat meraih keuntungan yang banyak”³¹

Melakukan penjualan secara *online* dilakukan setiap hari untuk bisa mendapatkan keuntungan yang semakin besar, penyampaian senada juga di sampaikan oleh ibu Ina selaku pedagang baju di pasar Bulay berikut penyampainnya:

“penjualan secara tradisional saya lakukan setiap hari sedangkan penjualan secara modern atau yang sering di bilang jualan secara *online* itu saya lakukan

²⁹ Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

³⁰ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

³¹ Rapatta, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

bukan hanya saat siang hari saja tapi juga saya juga melakukan penjualan meskipun malam, karena jualannya bisa dilakukan di rumah sambil santai”³²

Setip harinya penjualan secara tradisional dan penjualan secara modern yaitu secara *online* dilakukan tidak hanya siang hari tapi juga melakukan penjualan malam hari, hal ini dilakukan karena juga bisa dikerjakan dirumah sambil santai.

Dari hasil wawancara diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa dalam melakukan strategi pemasaran itu harus baik supaya orang bisa tertarik terhadap barang yang di dagangkan, selain itu juga harus konsisten dalam melakukan penjualan, artinya melakukan penjualan secara tradisional dan juga secara *online* itu harus setiap hari dilakukan, sehingga bisa menarik konsumen atau pelanggan semakin banyak dan penghasilan akan semakin bertambah.

Observasi yang saya lakukan memang benar para pedagang baju melakukan dengan dua cara pemasaran atau dua penjualan yaitu dengan menjual secara langsung atau tradisional dan juga menjual secara online hal ini di cek langsung dari stori IG dan WA Nya³³

Melakukan strategi penjualan secara *online* akan semakin mudah menjangkau konsumen atau pelanggan, semakin cepat dalam menjangkau sasaran yang ditargetkan, hal ini dijelaskan oleh salah satu pedagang baju di pasar Bulay yaitu ibu Hazizah berikut hasil wawancaranya:

“melakukan penjualan secara *online* lebih luas dalam memasarkan produk yang saya jual sehingga penjualan yang saya lakukan bisa menjangkau semua kalangan terutama bagi para remaja yang lebih sering memegang HP”³⁴

Penjualan secara *online* lebih luas dalam melakukan pemasaran produk dan lebih gampang nyamek terhadap para konsumen. Dijelaskan dengan penyampain yang sama oleh ibu Fadilah selaku penjual baju di pasar Bulay beriku hasil wawancaranya:

³² Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

³³ Observasi (Kamis, 31 Maret 2022)

³⁴ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

“memasarkan produk jauh lebih luas dan lebih bisa menjangkau para konsumen dari semua kalangan baik anak-anak, dewasa maupun orang tua dan juga bisa menjangkau konsumen yang diluar daerah sehingga dalam sasaran itu jauh lebih baik karena pemasarannya jauh lebih luas karena menggunakan media sosial”³⁵

Melakukan pemasaran secara *online* sangat memberikan dampak yang baik karena mampu menjangkau sasaran /konsumen dan penjualan secara *online* ini bisa menjangkau semua kalangan dan juga bisa menjangkau konsumen yang ada di luar daerah

2. Efektivitas Strategi Pemasaran *Online* Dan Pemasaran Tradisional Di Pasar Bulay

Strategi dalam usaha merupakan langkah atau cara untuk menyiapkan tindakan yang akan dilakukan untuk mengembangkan suatu usaha yang dilakukan, pengembangan usaha menjadi hal wajib bagi setiap pemilik usaha karena tanpa dengan adanya strategi untuk mengembangkan usahanya akan merasakan stagnan tidak akan ada kemajuan yang pada akhirnya akan membuat kebangkrutan, maka dari itu untuk menghindari suatu hal yang tidak diinginkan maka memiliki strategi untuk mengembangkan usaha atau bisnisnya itu menjadi suatu kewajiban, setiap usaha itu berbeda cara atau strategi dalam mempertahankan atau bahkan mengembangkan usahanya dan para pengusaha hari ini kebanyakan sudah melek teknologi sehingga dalam melakukan pemasaran dan penjualan itu dengan dua cara yaitu secara tradisional atau *offline* dan secara *online* hal ini sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh ibu Ina Berikut Penjelasannya:

“Dalam usaha yang saya lakukan menggunakan dua cara dalam melakukan penjualan yang pertama melakukan penjualan secara tradisional, dan yang kedua menggunakan cara penjualan secara *online*, saya melakukan strategi itu untuk memperbanyak penjualan barang”³⁶

³⁵ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

³⁶ Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu menggunakan penjualan secara *offline* dan menggunakan cara secara *online* dua cara ini dilakukan untuk memperbesar penjualan dan juga untuk mempercepat penjualan. hal ini sesuai dengan apa yang dikatan oleh ibu Bustami berikut ulasannya:

“sejak saya berdagang langsung melakukan penjualan secara *offline* dan *online*, menggunakan strategi yang berbeda penjualan secara *offline* itu dilakukan dipasar dengan strategi membuat promo yang disebarakan melalui media cetak seperti baleho dan browsur, sedangkan pemasaran secara *online* dilakukan menggunakan media sosial yang memanfaatkan jaringan internet seperti *WatshaAp*, *Instagram*, dan *Facebook*, dalam pemasarn ini tinggal memposting barang yang akan di jual selain itu membuat informasi terkait barang apa saja yang dijual dan promo apa saja yang sedang di adakan seperti membuat pamflet, iklan, story di berbagai media sosial”³⁷

Melakukan penjualan secara *offline* dengan menggunakan strategi pemasaran membuat promo yang dibuat dan disebarakan melalui media cetak, dan secara *online* itu melakukan strategi yang menggunakan dan memanfaatkan jaringan, membuat pamflet informasi terkait barang apa saja yang dijual dan membuat informasi terkait promo yang diadakan, selain itu membuat iklan, dan bisa memusting barang yang dijual melalui media sosial seperti *WatshaAp*, *Instagram*, dan *Facebook* penjelasan diatas di perkuat oleh ibu Hazizah berikut ini penjelasannya:

“Sekarang para pedagang termasuk saya sudah mulai melek apa yang namanya teknologi sehingga kami mengembangkan cara berjualan atau cara memasarkan produk yang kami produksi dengan lebih berinovasi kreatif yaitu menggunakan media *online* melalui penjualan IG, Facebok dan WA sehingga seacara penjualan akan semakin meningkat”³⁸

Berdasarkan atas apa yang disampaikan dapat kita ketahui bahwa dalam melakukan pemasaran prodak yang di produksi itu sudah melakukan inovasi melek terhadap kecanggihan teknologi sehingga sekarang dalam pemasarannya melakukan strategi pemasaran secara *online* sehingga dengan hal ini mempermudah dalam memasarkan dan dalam mengembangkan usaha.

³⁷ Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

³⁸ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Penjelasan diatas sesuai dengan pengamatan yang saya lakukan bahwa memang benar dalam melakukan penjualan menggunakan dengan dua strategi yaitu dengan berjualan secara langsung/tradisional (*offline*) dan secara *online* dengan menggunakan dan memanfaatkan jaringan internet melalui aplikasi *WatsaAp*, *Facebook*, *Instagram*.

Saat ini sudah terdapat beberapa opsi untuk melakukan pembelian bisa dengan cara beli secara langsung kepasar atau ketempat jual secara *offline* atau bisa berbelanja atau membeli secara *online* bisa membeli melalui IG, Facebook, atau WA tergantung orang yang mau berbelanja, hal ini dijelaskan oleh ibu Fadilah selaku penjual baju berikut ini penjelasannya:

“ Biasanya orang lebih memilih membeli atau berbelanja secara *offline* itu karena terkadang orang berbelanja kebutuhan kepasar dan ketika melihat promoan atau diskonan baju orang biasanya tertarik sehingga orang tersebut berbelanja secara langsung”³⁹

Dari sini kita bisa melihat dan mengetahui bahwa orang berbelanja baju ke pasar secara langsung itu biasanya karena orang mau berbelanja bahan makanan dan karena meloihat promo yang diberikan orang tertarik untu berbelanja ada juga yang memang niat untuk berbelanja baju secara langsung ke pasar, hal ini diperkuat oleh ibu Ina selaku penjual baju di pasar Bulay berikut ini penyampaiannya:

“orang berbelanja secara langsung di pasar biasanya karena mereka bisa menawar dari harga yang di tetapkan sehingga orang berkeinginan membeli secara langsung, dan karena bisa mencari barang/baju di berbagai banyak kios ”⁴⁰

Berbelanja secara langsung karena terdapat banyak pilihan tempat untuk berbelanja dan bisa menawar barang secara langsung, hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Hazizah selaku penjual baju di pasar Bulay berikut penyampaiannya:

³⁹ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁴⁰ Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

“orang terkadang memutuskan berbelanja kepasar secara langsung itu karena selain terdapat banyak pilihan dari harga jauh lebih murah karena juga bisa ditawarkan secara langsung”⁴¹

Memutuskan berbelanja secara langsung kepasar karena selain terdapat banyak pilihan juga dari harga bisa jadi lebih murah, hal senada juga disampaikan oleh ibu Bustami selaku penjual baju di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“orang sering berbelanja ke pasar secara langsung karena biasanya di pasar untuk bukanya jauh lebih pagi dan juga biasanya orang tidak perlu dandan rapi untuk melakukan pembelian, dan barang selain banyak pilihan juga terdapat banyak barang baru yang selalu di tawarkan”⁴²

Dipasar jam bukanya orang jual itu jauh lebih pagi sehingga orang bisa melakukan pembelian di pagi hari dan biasanya tanpa dandanpun orang akan melakukan pembelian secara langsung. Hal ini juga dijelaskan oleh ibu Jamila selaku pembeli di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“saya berbelanja di pasar secara langsung karena dipasar bukanya itu sangat pagi sehingga saya bisa melakukan pembelian dipagi hari dan tidak banyak membuat waktu saya banyak terbuang, selain itu dipasar terdapat banyak pilihan barang”⁴³

Melakukan pembelian secara langsung dipasar karena dinilai tidak membuat waktu terbuang sia-sia karena buka dari kios itu pagi sehingga dapat melakukan pembelian dipagi hari dan juga bisa membeli barang yang sesuai diinginkan karena terdapat banyak pilihan barang yang ditawarkan, hal senada juga disampaikan oleh ibu Romlah selaku pembeli baju di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“saya memutuskan untuk berbelanja secara langsung kepasar karena di pasar terdapat banyak pilihan barang, selain itu saya semakin tertarik karena penjual baju memberikan diskon yang lumayan besar dan juga ketika mengadakan promoan”⁴⁴

⁴¹ Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁴² Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁴³ Jamilah, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁴⁴ Romlah, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Selain terdapat banyak pilihan barang, orang tertarik karena terdapat banyak diskon yang dilakukan penjual itu lumayan besar dan juga ketika terdapat promoan, penjelasan ini di perkuat oleh ibu Mutiah selaku pembeli baju dipasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“selain banyak promo dan diskon yang dilakukan oleh para penjual itu saya juga memutuskan untuk berbelanja secara langsung itu bisa berbelanja sesuai dengan pilihan yang diinginkan dan saya juga bisa dan bebas melakukan penawaran terhadap barang yang akan saya beli”⁴⁵

Terdapat banyak diskon dan promo dipasar, selain itu dapat berbelanja sesuai dengan yang diinginkan karena terdapat banyak pilihan dan bahkan bisa bebas melakukan penawaran secara langsung, terdapat penyampaian yang senada oleh ibu Erna selaku pembeli di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“saya berbelanja di pasar bulay secara langsung karena rumah saya dekat dari pasar bisa langsung memilih barang yang saya inginkan secara langsung dan bisa melihat barang yang kualitasnya bagus dan kualitasnya yang rendah”⁴⁶

Berbelanja secara langsung karena jarak tempuh yang sangat dekat sehingga lebih baik membeli secara langsung karena bisa melihat dan memilih barang yang kualitasnya bagus dan kualitasnya yang rendah, penyampaian ini senada dengan yang disampaikan oleh ibu Musyarrofa selaku pembeli baju di pasar Bulay berikut petikan wawancaranya:

“Saya berbelanja di pasar secara langsung karena selain rumah saya dekat saya bisa berbelanja di pagi hari tidak perlu dandan secara berlebihan seperti mau jalan, dan saya bisa milih barang secara langsung dan bisa melakukan tawar penawaran terhadap barang yang sya akan beli”⁴⁷

Dari wawancara diatas dapat diambil kesimpulan bahwa orang memutuskan berbelanja secara langsung ke pasar karena biasanya orang selalu kepasar dalam memenuhi kebutuhan dalam hal ini beli bahan untu makanan akan tetap biasanya orag tertarik membeli baju ketika ada promo dan diskon yang ditawarkan, selain itu juga

⁴⁵ Mutiah, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁴⁶ Erna, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁴⁷ Musyarrofa, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

terdapat banyak pilihan barang sesuai yang diinginkan dan juga bisa melakukan tawar menawar sehingga terkadang barang akan lebih murah harganya, selain pasar bukanya pagi banget sehingga orang bisa melakukan pembelian di pagi hari dan terkadang ada yang gak perlu dandan.

Hasil wawancara diatas ini sesuai dengan hasil observasi yang saya lakukan bahwa orang melakukan pembelian karena orang ada yang tertarik dengan strategi yang dilakukan oleh penjual seperti ketika diadakan diskon besar besaran dan ketika diadakan promoan orang biasanya banyak tertarik selain itu hasil pengamatan yang saya lakukan itu orang ketika berbelanja di pasar banyak pilihan sesuai dengan yang diinginkan dan terdapat banyak orang yang bebas melakukan penawaran, serta juga kios kios dipasar jam bukanya itu pagi sehingga tak jarang orang berbelanja dipagi hari.

Masyarakat Selain melakukan pembelian secara tradisional secara langsung di pasar atau secara *offline* para pedagang juga melakukan penjualan secara *online* dan konsumen juga dapat melakukan pembelian secara *online* menggunakan dan memanfaatkan jaringan internet melalui media sosial hal ini disampaikan langsung oleh ibu Fadilah selaku penjual baju berikut penjelasannya:

“Rata-rata orang yang melakukan pembelian secara *online* itu di luar daerah nukan orang Bulay, mereka tertarik dengan apa yang saya jual lalu mereka memesan atau membeli secara *online* menggunakan media sosial entah itu *watshaAp, Instagram, Facebook*”⁴⁸

Orang melakukan pembelian secara *online* itu biasanya orang luar daerah yang tertarik terhadap barang yang dijual sehingga dari situlah langsung terjadi transaksi pembelian, hal senada juga disampaikan oleh ibu Hazizah selaku penjual baju di pasar Bulay berikut ini petikan wawancaranya:

⁴⁸ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

“orang membeli secara *online* itu karena biasanya ada yang tidak mau kepasar secara langsung ada juga tidak mau ribet hanya melakukan pemilihan barang dan melakukan pembelian secara *online* dan pembayaran melalui transfer”⁴⁹

Memutuskan membeli secara *online* karena terdapat banyak orang yang tidak mau ribet bisa memilih barang dimana saja dan bisa melakukan pembatyanan secara transfer, hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Bustami selaku penjual baju di pasar Bulay berikut hasil wawancaranya:

“biasanya orang membeli secara *online* karena terdapat banyak promo yang dilakukan melalui media sosial, sehingga orang banyak tertarik untuk berbelanja secara *online* selain itu waktu tidak banyak terbuang sia-sia”⁵⁰

Terdapat banyak promoan yang dilakukan dalam penjualan secara *online* dan tidak membuang waktu secara sia-sia sehingga dengan hal demikian banyak orang yang memutuskan untuk membeli secara *online* Ibu Sofiyah juga menjelaskan berikut petikan wawancaranya:

“terdapat banyak produk dan brand yang dapat dipilih, dan juga bisa melihat penilaian pembelian dari orang lain, dan mudah membandingkan harga serta biasanya terdapat gratis ongkos kirim sehingga hal ini biasanya yang membuat orang lebih memilih berbelanja secara *online*”⁵¹

Dalam pembelian secara *online* itu bisa melihat dan banyak barang dan brand serta bisa melihat review pembelian orang lain sehingga bisa dijadikan informasi barangnya bagus atau tidak, dan juga semakin mudah membandingkan harga, penyampaian yang sama juga dikatakan oleh Ibu Suhriyeh berikut ini hasil wawancaranya:

“pembelanjaan secara *online* itu tidak ribet bisa dilakukan di rumah dan lebih banyak pilihan pembayaran, selain itu barang yang dibeli itu langsung diantar ke tempat tujuan maka dari itu orang biasanya lebih suka berbelanja secara *online*”⁵²

⁴⁹ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁵⁰ Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁵¹ Sofiyah, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁵² Eka, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Terdapat banyak pilihan dalam melakukan pembayaran dan juga barang yang di beli bisa diantar langsung ke rumah. Terdapat juga penjelasan yang disampaikan oleh para pembeli secara *online* berikut ini petikan wawancaranya:

“Saya melakukan pembelian secara *online* itu karena pertama saya tidak mau ribet sehingga hal ini sangat membantu bagi saya, terkait kualitas barang itu bisa dilihat dari penilaian orang lain sehingga hal ini sangat membantu terhadap saya untuk menentukan pilihan yang akan dibeli”⁵³

Melakukan pembelian secara *online* dikarenakan tidak mau ribet sehingga memilih melakukan pembelian secara *online* selain itu karena bisa melihat dari penilaian terkait kualitas barang yang akan dibeli, terdapat juga penyampaian dari ibu Masrufa selaku pembeli secara *online* berikut hasil wawancaranya:

“saya melakukan pembelian secara *online* karena terdapat promoan, selain harganya murah banyak pilihan dan brand yang di tawarkan selain itu pembayarannyapun terdapat juga banyak pilihan bisa melalui transfer dan juga bisa melakukan pembayaran di tempat, dan barang yang saya beli juga langsung diantarkan ke rumah”⁵⁴

Terdapat banyak promoan selain harganya yang murah juga terdapat banyak pilihan terhadap barang yang ditawarkan, selain itu dari pembayarannya juga bervariasi bisa transfer dan juga bisa COD serta barang yang sudah dibeli itu terkadang langsung diantar ke rumah tergantung kesepakatannya hal ini kemudahan yang didapatkan. Sehingga dapat disimpulkan penjelasan diatas bahwa terdapat sebagian orang suka melakukan pembelian secara *online* karena banyak pilihan barang dan brand hal ini tinggal kita lihat mana barang yang disukai dan juga bisa menilai barang yang akan dibeli dari penilaian orang lain, selain itu juga bisa membandingkan harga toko satu dengan toko yang lainnya, dari pembayarannyapun semakin mudah.

Hasil wawancara diatas sesuai dengan observasi yang saya lakukan yang mana bahwa penjual baju di pasar bulay juga melakukan penjualan secara *online*, selain itu

⁵³ Susanti, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁵⁴ Masrufah, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

para konsumen juga memanfaatkan hal ini sehingga tidak sedikit orang yang melakukan pembelian secara *online*. Selain itu memang benar para pedagang tidak jarang melakukan promo yang dilakukan melalui media sosial untuk menarik para konsumen, memang terdapat banyak produk yang ditawarkan oleh para pedagang.

Menjalankan suatu usaha secara baik itu menjadi suatu keharusan untuk bagaimana dalam mempertahankan bahkan dalam mengembangkan usaha apalagi dewasa ini begitu sengit persaingan dalam dunia usaha semakin kuat sehingga perlu adanya langkah yang tepat. Para pedagang baju di pasar bulay sudah melakukan strategi pemasaran secara tradisional dan secara *online*, tapi biasanya dalam strategi menemukan sedikit banyaknya kekurangan atau kendala yang dihadapi baik itu yang secara tradisional maupun yang secara *online*, hal ini akan dijelaskan oleh ibu Hazizah selaku pedagang baju dipasar Bulay berikut petikan wawancaranya:

“kekurangan dalam melakukan strategi pemasasaran secara tradisional ini masyarakat tidak banyak tau terkait promoan atau diskon yang saya lakukan sehingga terkadang tak banyak yang melakukan pembelian”⁵⁵

Masyarakat kurang tau terkait informasi jika ada roman atau diskon karena tak semua konsumen ke pasar. Hal serupa juga disampaikan oleh ibu Fadilah berikut ini penyampaiannya:

“penjualan secara langsung dipasar itu ada beberapa kendala yang dihadapi oleh para pedagang diantaranya pedagang lumayan kesulitan untuk memberikan informasi barang apa saja yang ada yang selanjutnya meskipun ada informasi melalui media cetak informasi tersebut kurang cepat untuk nyampekk terhadap konsumen”⁵⁶

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran secara langsung yang mana kurang cepatnya informasi yang disampaikan pada para konsumen. Terdapat pendapat dari konsumen Nurhasanah berikut ini petikan wawancaranya:

⁵⁵ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁵⁶ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

“yang saya rasakan dalam penjualan secara langsung itu saya kurang mengetahui barang apa saja yang dijual dan kurang cepat nyampeknnya informasi terhadap saya”⁵⁷

Dapat disimpulkan bahwa dalam pemasaran secara langsung memang terdapat sebuah kekurangan yang dirasakan oleh para konsumen yang mana bahwa konsumen kurang cepat mengetahui terkait hal yang dilakukan oleh para penjual seperti jika ada promoan dan ketika ada diskonan, selain itu para konsumen kurang mengetahui terkait apa saja barang yang dijual. Hal ini sesuai dengan observasi yang saya lakukan yang mana bahwa memang benar penjualn secara tradisonal memiliki kekurangan seperti banyak konsumen yang tidak tahu terkait diskon atau promoan yang dilakukan dan kurang cepatnya informasi terkait apa saja barang atau model yang dijualnya.⁵⁸ selain penjualan secara tradisonal, penjualan secara *online* pun juga memiliki suatu kekurangan yang mana hal ini dijelaskan oleh ibu Bustami selaku pedagang baju berikut petikan wawancaranya:

“meskipun sekarang sudah rata-rata sudah memiliki Hp semua akan tetapi penjualan secara *online* juga memiliki suatu kekurangan yang mana kekurangan tersebut, terkadang ada konssumen yang tidak memahami terkait penjualan secara *online*, yang selanjutnya terkadang konsumen banyak tanya tanpa membaca deskripsi yang telah diberikan pada setiap barang yang akan dijual”⁵⁹

Penjualan secara *online* juga memiliki kekurangan yang mana terkadang masih terdapat konsumen yang kurang memahi terkait penjuala secara *online* sehingga terkadang dikira bukan jualan, selain itu juga biasanya konsumen itu banyak tanya tanpa membaca informasi yang telah diberikan disetiap barang yang dijual. Hal senada juga disampaikan oleh ibu Fadilah selaku penjual baju berikut hasil wawancaranya:

“Berjualan secara *online* ini saya rasa juga terdapat beberapa kekurangan yang mana biasanya konsumen hanya banyak bertanya namun tidak membeli, dan

⁵⁷ Nurhasanah, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁵⁸ Observasi (Kamis, 31 Maret 2022)

⁵⁹ Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

bagi saya selaku penjual yang akan menjadi kekurangan adalah bisa dibandingkan dengan onlinshop yang lainnya, selain itu akan mengalami penurunan baik secara penjualan dan omzet jika barang yang dijual tidak *up to date*”⁶⁰

Kekurangan dalam penjualan secara *online* itu biasanya para konsumen hanya bertanya dan membandingkan dengan *online shop* yang lainnya yang pada akhirnya terkadang hanya bertanya namun tidak membeli. Hal diatas juga disampaikan oleh konsumen ibu Jamilah selaku pembeli *online* juga menyampaikan kekurangan pembelian secara *online* berikut hasil wawancaranya:

“Bagi saya penjualan secara *online* itu ada terdapat sebuah kekurangan yang mana terkadang barang yang dibeli tidak sesuai dengan yang diharapkan tidak sesuai ekspektasi”⁶¹

Bagi konsumen melakukan pembelian secara *online* itu juga terdapat kekurangan yang mana kebanyakan barang yang dibeli itu tidak sesuai dengan harapan. Dibalik kekurangan diatas pasti terdapat apa yang namanya kelebihan hal ini disampaikan oleh penjual baju ibu Ina berikut hasil wawancaranya:

“saya melakukan penjualan secara *online* itu pasti ada manfaat yang dirasakan oleh saya dan para konsumen, saya merasakan dengan berjualan secara *online* barang yang saya jual itu semakin banyak dan omzet yang saya dapatkan itu semakin banyak”⁶²

Manfaat yang didapatkan dalam penjualan secara *online* itu adalah semakin banyak barang yang terjual dan secara otomatis pendapatan akan semakin meningkat. Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu Hazizah selaku penjual baju berikut penyampaianya:

“Dampak manfaat yang saya rasakan dari penjualan *online* itu adalah semakin banyak barang yang terjual karean semakin banyak permintaan yang diminta oleh konsumen terhadap barang-barang baru sehingga semakin berkembang usaha yang saya lakukan, sehingga semakin meningkat jumlah pendapatan yang saya dapatkan”⁶³

⁶⁰ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁶¹ Jamilah, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁶² Ina, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁶³ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

Manfaat dari penjualan secara *online* itu semakin banyak permintaan konsumen karena semakin luas pemasaran yang dilakukan, sehingga penjualan semakin meningkat dan omzet yang didapatkan semakin meningkat. Terdapat juga pendapat dari Erna selaku konsumen terkait manfaat melakukan pembelian secara *online* berikut ini hasil wawancaranya:

“saya selaku konsumen merasakan manfaat dari penjualan *online* yang mana manfaat yang saya rasakan adalah mudah, simpel, tidak perlu keluar rumah, praktis dimana saja dan kapan saja bisa melakukan pembelian, dan pembayarannya pun ada banyak pilihan yang semakin mudah”⁶⁴

Pendapat ini semakin diperkuat oleh ibu Romlah selaku konsumen berikut pendapat yang disampaikan:

“saya merasakan manfaat dari adanya penjualan secara *online* itu adalah banyak diskon yang tersedia dan mudah didapatkan, terkait barang itu banyak variasi yang bisa dipilih”⁶⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat diambil kesimpulan bahwa selain ada kekurangan terdapat juga suatu ke untungan atau manfaat dari adanya penjualan secara *online* yang bisa dirasakan oleh penjual maupun pembeli. Penjual merasakan cepatnya pemasaran, pemasaran yang semakin luas sehingga mengakibatkan permintaan barang semakin besar artinya penjualan semakin banyak dan hal ini berpengaruh terhadap omzet yang didapatkan, manfaat yang dirasakan oleh pembeli adalah semakin mudahnya pembelian bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja terkait pembayaran semakin mudah, dan juga banyak variasi yang ditawarkan serta banyak diskon yang diberikan dan mudah untuk didapatkan.

Melakukan pemasaran secara tradisional dan secara *online* ini sama-sama memiliki kekurangan dan kelebihan akan tetapi pasti terdapat mana yang lebih efektif dari penjualan langsung atau tradisional dengan penjualan secara *online*, hal ini di jelaskan oleh ibu Fadilah selaku penjual baju berikut ini penjelasannya:

⁶⁴ Erna, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁶⁵ Romlah, *Konsumen*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

“bagi saya pemasaran atau penjualan secara *online* itu lebih menguntungkan dari pada jualan secara tradisional yang mana bisa dilihat bahwa pemasaran *online* itu memiliki jangkauan konsumen yang sangat luas bahkan bukan hanya didalam daerah akan tetapi juga diluar daerah”⁶⁶

Penjualan secara *online* itu lebih efektif dari pada penjualan secara offline dikarenakan luasnya pemasaran yang tidak hanya dalam kota akan tetapi bisa juga konsumen dari luar kota, hal senda juga disampaikan oleh ibu Bustami selaku penjual baju berikut ini penyampaiannya:

“menurut saya pribadi selaku penjual baju secara offline dan *online* saya mengatakan bahwa penjualan *online* itu lebih efektif bagi saya, karena melihat zaman sekarang dunia semakin cepat perubahannya yang mana hampir setiap orang menggunakan jaringan internet sehingga hal ini terbukti bahwa banyak kalangan melakukan pembelian secara *online*”⁶⁷

Penyampaian diatas di perkuat oleh bapak Rapatta selaku penjual baju berikut ini petikan wawancaranya:

“penjualan *online* bagi saya lebih memberikan keuntungan dikarenakan banyak kalangan sekarang itu memanfaatkan jaringan internet sehingga bisa menggunakan media sosial seperti WatshaAp, Instagram, dan Facebook, sehingga dengan menggunakan jaringan internet saya lebih mudah memberikan informasi terkait apa saja yang saya jual dan terkait diskon atau promo yang saya lakukan dengan demikian akan banyak orang yang membeli secara online kepada saya”⁶⁸

Melakukan penjualan secara *online* itu lebih memberikan keuntungan yang mana banyak kalangan yang menggunakan jaringan internet sehingga bisa membuka media sosial sehingga dari ini informasi akan semakin cepat didapatkan oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan observasi yang saya lakukan bahwa penjualan secara online lebih banyak menarik para konsumen sehingga penjualan secara *online* itu lebih banyak menghasilkan pendapatan dilihat dari tingginya penjualan secara online.

⁶⁹penyampaian senda juga dilakukan oleh ibu Hazizah selaku penjual baju berikut ini hasil wawancaranya:

⁶⁶ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁶⁷ Bustami, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁶⁸ Rapatta, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁶⁹ Observasi (Kamis, 31 Maret 2022)

“bagi saya melakukan penjualan secara *online* itu lebih efektif karena bagi saya semakin mudah untuk menganalisa pasar, dari hal ini saya mampu mengambil peluang untuk saya manfaatkan, dan terbukti penjualan secara *online* ini lebih baik.”⁷⁰

Pendapat diatas juga semakin dipertegas oleh ibu Ina selaku penjual baju secara *online* berikut hasil wawancaranya:

“Penjualan secara *online* bagi saya itu lebih efektif karena barang saya banyak terjual melalui penjualan secara *online* karena konsumen yang semakin luas”⁷¹

Dapat diberikan kesimpulan bahwa penjualan secara tradisional dan *online* itu lebih efektif penjualan secara *online* karena memang terdapat banyak manfaat yang dirasakannya.

C. Temuan Penelitian

1 Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Secara Tradisional Dan Pemasaran Melalui *Online Shop* Oleh Pedagang Baju Di Pasar Bulay

Berlandaskan data yang diperoleh dari lapangan, peneliti dapat menemukan beberapa temuan- temuan penelitian yang sesuai dengan fokus penelitian pertama yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Bahwa di pasar Bulay ada potensi, ada peluang karena masyarakat sekitar membeli baju ke pasar tradisional dan juga karena masih belum banyak orang jual baju di toko-toko pinggir jalan
- b. Bahwa para penjual memutuskan untuk melakukan penjualan atau membuka usaha baju di pasar Bulay karena melihat berbagai peluang mengingat di desa Bulay dan sekitarnya tidak banyak orang yang menjual baju sehingga kebanyakan masyarakat sudah pasti pergi ke pasar

⁷⁰ Hazizah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

⁷¹ Fadilah, *Penjual Baju di Pasar Bulay*, wawancara langsung (Kamis, 31 Maret 2022)

- c. Bahwa sasaran atau target penjualan adalah semua kalangan yang berkunjung ke pasar karena barang yang dijual banyak macam mulai dari barang anak kecil sampai orang tua mulai dari pakaian formal sampai non formal.
- d. Bahwa para penjual baju di pasar Bulay dalam strategi pemasarannya adalah melakukan promo setiap harinya dan juga melakukan diskon terhadap barang barang tertentu setiap harinya
- e. Bahwa para penjual baju di pasar Bulay menentukan apa saja yang akan dijual, seperti halnya saya menjual pakaian baik itu baju, rok, krudung, kaos, seragam songkok, dan lain sebagainya, semua itu saya perhatikan setoknya, ukuran dan juga motifnya, sehingga bisa di jangkau oleh semua orang baik dari anak kecil sampai orang dewasa atau tua.
- f. Bahwa para pedagang berjualan dipasar secara tradisional juga melakukan penjualan secara *online* menggunakan dan memanfaatkan teknologi yang serba canggih saat ini, saya menggunakan media sosial seperti *WatshaAp, Instagram,* dan *Facebook*
- g. Bahwa para penjual melakukan pemasaran secara *online* itu dilakukan setiap hari, meskipun sedang berjualan secara *ofiline* di pasar, tetap melakukan penjualan secara *online* di bantu juga oleh keluarga yang lain, dan melakukan secara *online* itu tak hanya dilakukan siang hari meskipun malam hari saya juga melakukan pemasaran dan penjualan
- h. Bahwa strategi pemasaran menggunakan media sosial itu jauh lebih luas dan lebih bisa menjangkau para konsumen dari semua kalangan baik anak-anak, dewasa maupun orang tua dan juga bisa menjangkau konsumen yang diluar daerah sehingga dalam sasaran tentu jauh lebih baik karena pemasarannya jauh lebih luas

2 Efektivitas Strategi Pemasaran *Online* Dan Pemasaran Tradisional Di Pasar Bulay

Hasil penelitian yang diperoleh dari lapangan menemukan berapa macam temuan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dapat di paparkan sebagai berikut:

- a. Bahwa strategi pemasaran yang dilakukan oleh penjual yaitu dengan menggunakan dua cara diantara yaitu menggunakan penjualan secara *offline* dan menggunakan cara secara *online* dua cara ini dilakukan untuk memperbesar penjualan dan juga untuk mempercepat penjualan
- b. Bahwa penjualan secara *offline* itu dilakukan dipasar dengan strategi memajukan barang dagangan dan menawarkan secara langsung kepada konsumen
- c. Bahwa pemasaran secara *online* dilakukan menggunakan media sosial yang memanfaatkan jaringan internet seperti *WatsaAp*, *Instagram*, dan *Facebook*, dalam pemasarn ini tinggal memposting barang yang akan di jual selain itu membuat informasi terkait barang apa saja yang dijual dan promo apa saja yang sedang di adakan seperti membuat pamflet, iklan, story di berbagai media sosial
- d. Bahwa dalam pemasaran secara langsung memang terdapat sebuah kekurangan yang dirasakan oleh para konsumen yang mana bahwa konsumen kurang mengetahui promo apa yang dilakukan oleh penjual.
- e. Bahwa Berjualan secara *online* terdapat suatu kekurangan yang mana biasanya konsumen tidak membaaca keterangan apa yang disampaikan oleh penjual sehingga konsumen sering melakukan pertanyaan, yang pada akhirnya tidak melakukan pembelian
- f. penjualan secara *online* itu lebih efektif penjualan secara *online* karena memang terdapat banyak manfaat yang dirasakannya, seperti konsumen yang semakin

besar, bisa menganalisa keinginan pasar, lebih cepat nyampeknnya informasi terhadap konsumen.

D. Pembahasan

1. Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Secara Tradisional Dan Pemasaran Melalui *Online Shop* Oleh Pedagang Baju Di Pasar Bulay

Strategi diartikan sebagai suatu proses dalam membuat rencana bahkan dalam menentukan rencana para pemilik usaha yang melilik tujuan panjang yang ingin di capai.⁷² Sedangkan pemasaran adalah kegiatan usaha berbentuk suatu kegiatan penciptaan nilai (*value creating activites*) yang memungkinkan siapapun melakukannya bertumbuh serta mendayagunakan kemanfaatannya yang di landasi kejujuran, keadilan, keterbukaan, dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad bermuamalah islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam islam.⁷³

Pelaksanaan atau kegiatan suatu usaha adalah berbagai jenis usaha yang bergerak dalam bidang perekonomian diantaranya yaitu perdagangan, perindustrian, perjasaaan dan lain sebagainya.⁷⁴ Ada banyak yang melatar belakangi setiap usaha yang dilakukan terutama dalam mengembangkan perekonomian akan tetapi dalam usaha tidaklah mudah karena memang dizaman sekarang begitu banyak usaha-usaha baru yang bermunculan dan terkadang usahanya sama dengan usaha yang kita lakukan, sehingga startegi pemasaran yang bagus itu sangat diperlukan dalam merintis dan menjalankan dunia usaha, karena dengan begitu usaha jika sudah dilakukan dan dijalankan dengan baik dan dipromosikan, dipasarkan dengan baik sehingga masyarakat tahu terkait informasi usaha maka kemungkinan besar untuk mempertahankan bahkan mengembangkan usahanya itu sangat berpotensi.

⁷² Husein Umar, *Strategic Manegement In Action* (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002),32

⁷³ Abdullah Amrin, *Strategi pemasaran Asuransi Syariah* (Jakarta : Grasindo, 2007),1

⁷⁴ Mohammad saidi, *Hukum Perusahaan di indonesia*, (Jakarta: Kencana,2016), 4

Melihat dari arti strategi dan juga pemasaran itu, dapat dijelaskan bahwa strategi pemasaran adalah suatu perencanaan jangka panjang dalam usaha untuk menumbuhkan suatu usaha atau suatu nilai sehingga berbagai cara dilakukan baik jangka panjang maupun jangka pendek seperti bagai mana cara memperkenalkan suatu produk terhadap masyarakat, karena dengan adanya pemasaran masyarakat akan tahu informasi tentang produk yang kita tawarkan akan tetap dalam menawarkan harus mencari strategi yang tepat supaya efektif dan efisien

Pelaksanaan atau kegiatan suatu usaha adalah berbagai jenis usaha yang bergerak dalam bidang perekonomian diantaranya yaitu perdagangan, perindustrian, perjasaan dan lain sebagainya.⁷⁵ Ada banyak yang melatar belakangi setiap usaha yang dilakukan terutama dalam mengembangkan perekonomian akan tetapi dalam usaha tidaklah mudah karena memang dizaman sekarang begitu banyak usaha-usaha baru yang bermunculan dan terkadang usahanya sama dengan usaha yang kita lakukan, sehingga distulah pengelolaan usaha dengan baik itu sangat diperlukan dalam merintis dan menjalankan dunia usaha, karena dengan begitu usaha jika sudah dilakukan dan dijalankan dengan baik maka kemungkinan besar untuk mempertahankan bahkan mengembangkan usahanya itu sangat berpotensi.

Penjualan adalah usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang-barang kebutuhan kepada mereka yang memerlukan dengan imbalan uang atau harga yang ditentukan persetujuan bersama.⁷⁶ Definisi lain penjualan ialah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkannya.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh para penjual baju di pasar Bulay menggunakan dengan dua cara yang pertama melakukan strategi pemasaran secara

⁷⁵ Mohammad saidi, *Hukum Perusahaan di Indonesia*, (Jakarta: Kencana, 2016),4

⁷⁶ Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 9.

online dan yang kedua melakukan strategi pemasaran secara *offline*. Strategi pemasaran secara *offline* yaitu proses penjualan secara langsung bertemunya produsen dan konsumen, akan tetapi biaya dalam melakukan strategi pemasaran secara langsung ini bisa dibilang lebih mahal karena masih harus membayar kuli becak untuk membawa barang ke rumah dan membayar uang karcis perpanjangan kontrak tempat setiap 6 bulan sekali. Pemasaran secara langsung ini bisa dikatakan hanya tergolong atau bersifat lokal karena bisa dikatakan sangat sulit untuk menjangkau secara luas.

Sedangkan pemasaran secara *online* ini adalah suatu kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan dan memanfaatkan teknologi yang bisa terhubung ke masyarakat yang lebih luas dan bisa lebih cepat informasi yang masyarakat dapatkan terkait produk yang dijual, serta biaya yang dikeluarkan tidak terlalu mahal. dalam pemasaran secara *online* ini menggunakan sosial media berupa *WatshaAp, Facebook, Instagram*.

Strategi pemasaran *offline* yaitu proses transaksi penjualan barang dan jasa secara langsung yang dimana produsen dan konsumen bertemu dan terjadinya proses transaksi jual beli.⁷⁷

Sedangkan strategi secara *online* adalah pemasaran yang dilakukan melalui sistem komputer *online* interaktif yang menghubungkan pelanggan dengan penjual secara elektronik penggunaan internet dan fasilitas yang ada didalam internet untuk melakukan aktivitas *marketing*. Dapat diartikan bahwa pemasaran secara *online* dilakukan memanfaatkan teknologi yang terhubung ke internet melalui sosial media yang mana berupa *WatshaAp, Facebook, Instagram*.

⁷⁷ Dewi Nuraini dan Evianah, "Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline " *Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi* Volume 15, Nomor 2, Oktober 2019, . 232.

Pemasaran *online* memberikan manfaat pada konsumen maupun marketer.

Keuntungan *online marketing* untuk konsumen yaitu:

- a. *Convenient*, artinya konsumen tidak harus terjebak kemacetan, menemukan tempat parkir, dan berjalan melalui toko-toko yang tidak terhitung jumlahnya untuk menemukan produk. Konsumen dapat membandingkan merek, mengecek harga dan memesan barang 24 jam sehari dari lokasi manapun.
- b. *Easy and private*, konsumen lebih menghadapi sedikit perselisihan dalam membeli barang dan tidak perlu menghadapi penjual atau membuka diri mereka terhadap bujukan dan hubungan emosional.
- c. *Information*, layanan *online* dan internet memberikan konsumen akses terhadap perbandingan informasi yang berlimpah mengenai perusahaan dan produk.
- d. *Interactive and immediate*, konsumen dapat berinteraksi dengan situs penjual untuk menemukan informasi yang tepat mengenai produk atau layanan yang mereka inginkan, lalu memesan atau men-*downloadnya* secara langsung.

Keuntungan untuk marketer:

- a. Pemasaran *online* merupakan suatu alat yang bagus untuk membangun hubungan dengan konsumen.
- b. Pemasaran *online* juga menawarkan fleksibilitas yang besar yang memungkinkan marketer untuk membuat penyesuaian terhadap penawaran dan program-programnya.
- c. Internet merupakan suatu medium global yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk mengklik dari satu tempat ke tempat lainnya dalam hitungan detik.⁷⁸

⁷⁸ Kus Daru Widayati, "Strategi Pemasaran Online dan Offline Pada PT. Roti Nusantara Prima Cabang Jatiasih, Bekasi", *Jurnal Sekretari dan manajemen* Volume 2 No. 2 September 2018, .1-2

2. Efektivitas Strategi Pemasaran *Online* Dan Pemasaran Tradisional Di Pasar Bulay

Strategi pemasaran yaitu serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan, acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Sedangankan strategi pemasaran menurut swasta adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penentuan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan dan memenuhi kebutuhan pembeli.⁷⁹

Strategi dalam usaha merupakan langkah atau cara untuk menyiapkan tindakan yang akan dilakukan untuk mengembangkan suatu usaha yang dilakukan, pengembangan usaha menjadi hal wajib bagi setiap pemilik usaha karena tanpa dengan adanya strategi untuk mengembangkan usahanya akan merasakan stagnan tidak akan ada kemajuan yang pada akhirnya akan membuat kebangkrutan, maka dari itu untuk menghindari suatu hal yang tidak diinginkan maka memiliki strategi untuk mengembangkan usaha atau bisnisnya itu menjadi suatu kewajiban, setiap usaha itu berbeda cara atau strategi dalam mempertahankan atau bahkan mengembangkan usahanya.

Pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi produknya. Berikut adalah penjelasan mengenai 4p:

⁷⁹ Moh. Rusdi, "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya", *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* Vol. 6 (2) 2019, .51-52.

a. Produk (*Product*)

Produk adalah suatu yang ditawarkan pada pasar baik produk nyata ataupun produk tidak nyata (jasa) sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan pasar.

b. Harga (*Price*)

Harga merupakan suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran atau transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan.⁸⁰

c. Tempat (*Place*)

Tempat adalah berhasil atau tidaknya suatu strategi marketing ditentukan juga oleh saluran distribusi (*place*). Di dalam *marketing mix* saluran distribusi menempati posisi krusial. Saluran distribusi sendiri yaitu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat jasa atau produk nya mudah diperoleh oleh *customer*.⁸¹

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah salah satu aspek yang penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai proses berlanjut, ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian dari kegiatan perusahaan. Promosi adalah usaha-usaha untuk memberitahukan atau menyadarkan, konsumen segala barang hasil produksinya, sampai akhirnya mereka bersedia melakukan pertukaran.⁸²

Usaha saat ini sudah sangat berbeda dengan usaha jaman dahulu dalam cara memasarkannya kalau dulu itu harus kepasar untuk memasarkan apa yang akan dijual akan tetapi pada zaman ini semua sudah berliih kepada dunia maya atau dunia digital,

⁸⁰ Agustina Sinta, *Manajemen Pemasaran*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011),102

⁸¹ Firna M.A. Poluan, *Dkk.*, “Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Volume Penjualan“ *Jurnal EMBA* Vol. 7 No.3 Juli 2019. 2973.

⁸² Sigit Noerachmad, *Strategi Pemasaran I*. (Depok : Graha Ilmu, 2013), . 28.

pasar pun sudah berkembang sampai berada dalam dunia maya yang artinya sekarang sudah memasuki dunia yang serba cepat dengan adanya teknologi.

Pemasaran pasti memiliki suatu kekurangan baik itu pemasaran secara langsung ataupun secara *online* yang mana pemasaran secara langsung memang terdapat sebuah kekurangan yang dirasakan oleh para konsumen yang mana bahwa konsumen kurang cepat mengetahui terkait hal yang dilakukan oleh para penjual seperti jika ada promoan dan ketika ada diskonan, selain itu para konsumen kurang mengetahui terkait apa saja barang yang dijual. Sedangkan secara *online* terdapat suatu kekurangan yang mana biasanya konsumen hanya banyak bertanya namun tidak membeli

Mampu membaca dan menganalisa keadaan atau Peka terhadap keadaan menjadi salah satu hal yang harus dimiliki oleh para pengusaha karena dengan demikian akan melahirkan suatu gagasan baru yang akan memberikan dampak baik terhadap usaha yang dijalankannya, serta dengan peka terhadap suatu keadaan juga akan melahirkan suatu peluang yang menjadi poin untuk bagaimana mengembangkan usahanya, akan tetapi jika ada yang namanya peluang dalam dunia usaha terdapat juga yang namanya kendala dalam menjalankan usahanya, terkadang kita sudah menemukan suatu celah atau suatu peluang akan tetapi tak jarang para pengusaha menemukan dan dihadapkan dengan suatu kendala dan permasalahan. Peluang dan kendala itu pasti ada dalam strategi pemasaran, baik pemasaran secara *online* atau pemasaran secara langsung (*offline*), sehingga harus mempunyai cara untuk bagaimana menarik minat masyarakat terhadap produk yang kita jual.

Suatu peluang bisa kita dapatkan bagi orang yang mampu menganalisa dan mampu membaca suatu keadaan sekitar/keadaan masyarakat. Peluang dalam melakukan strategi pemasaran ini begitu banyak diantaranya adalah semakin cepatnya

informasi yang didapatkan oleh para masyarakat atau pelanggan terkait barang yang dijual sehingga demikian akan memberikan dampak yang baik yaitu akan semakin meningkatnya penjualan.

Penjualan merupakan aktivitas komunikasi suatu arah yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan perusahaan seputar produk atau jasa perusahaan dari penjualan terhadap pembeli yang memberi pengaruh terhadap sikap dan perilaku yang mengarah pada pertukaran.⁸³

Selain ada peluang dalam melakukan strategi pemasaran secara *online*, juga terdapat sebuah peluang dalam menggunakan strategi pemasaran secara *offline*, diantaranya yaitu masyarakat Bulay senang membeli atau berbelanja secara langsung, sehingga dapat memberikan suatu pelayanan yang sangat baik agar masyarakat tidak enggan untuk berbelanja kembali, serta dapat meningkatkan kepercayaan pembeli.

Peluang selalu didapatkan dalam strategi pemasaran baik secara *online* ataupun secara *offline*, akan tetapi peluang itu dapat dimaksimalkan bagi orang yang peka terhadap keadaan. Selain peluang ada kendala yang dihadapi dalam melakukan kegiatan usaha. Kendala yang dihadapi dalam strategi pemasaran secara *offline* yaitu kurang cepatnya informasi terkait hal yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan, sedangkan kendala dalam strategi pemasaran secara *online* yaitu terkadang ada masyarakat yang masih belum mengerti terkait market digital, tidak paham menggunakan digital, dan terkadang ketika ada informasi di sangka informasi bohongan, selain itu banyaknya kompetitor itu menjadi salah satu bagian kendala karena banyak pengusaha yang menggunakan strategi pemasaran secara *online*, serta terkadang ada kendala dari ketepatan order yang mana terjadi keterlamabatan. Selanjutnya bahwa penjualan secara *online* itu lebih efektif penjualan secara *online*

⁸³ Juli Ismanto, *Manajemen Pemasaran*, (Banten: Unpam Press, 2020), hlm. 84.

karena memang terdapat banyak manfaat yang dirasakannya, seperti konsumen yang semakin besar, bisa menganalisa keinginan pasar, lebih cepat nyampeknnya informasi terhadap konsumen dan peluang yang didapatkan dalam menggunakan strategi pemasaran secara *online* dapat mengembangkan suatu usaha karena masyarakat semakin tau dan semakin meningkat pula dalam pembelian masyarakat, selain itu dengan menggunakan strategi pemasaran secara *online* dapat menjangkau masyarakat secara luas tidak hanya masyarakat bulay saja.