

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum lokasi penelitian

1. Sejarah Singkat Pasar Pagendingan

Pagendingan merupakan salah satu tempat yang terletak di kecamatan galis pamekasan. Pagendingan termasuk desa asli yang telah ditempati atau dihuni penduduk secara turun temurun, dari suatu generasi ke generasi berikutnya sejak ratusan tahun lalu.

Sejarah singkat Pasar Pagendingan tidak ada data sekunder yang terkait dengan Pasar Pagendingan.

Sesuai dengan hasil Wawancara dengan ibu Enni Yunita Puspita Sari selaku Pemilik Pasar Pagendingan bahwasanya:

“kalau untuk sejarah singkat Pasar Pagendingan ini untuk secara detailnya Mbak saya kurang mengetahui soalnya ini peninggalan dari nenek moyang dulu. jadi, hanya saja yang saya ketahui bahwasanya Pasar Pagendingan ini berdiri pada tahun 1815 yang didirikan oleh Alm. Bapak Hj. Dul Hamid yang merupakan pendiri pertama. Dan Pada tahun 1885 Pasar Pagendingan di kelola oleh bapak saya sendiri yaitu Ahmad Sunarto yang merupakan putra dari bapak Hj. Dul Hamid yang telah wafat. Kemudian pada tahun 1965 Pasar Pagendingan dikelola oleh ibu saya yaitu Isnawati yang merupakan istri dari bapak Ahmad Sunarto yang telah wafat. Kemudian seiring berjalannya waktu Pasar Pagendingan dikelola oleh saya sendiri Yunita Enni Puspitasari yang merupakan anak dari pasangan bapak Ahmad Sunarto dan Ibu Isnawati. Pasar pagendingan ini merupakan milik pribadi (dikelola sendiri), dikarenakan tanah yang ditempati Pasar Pagendingan milik pribadi yang merupakan warisan dari nenek moyang dulu, bukan milik pemerintah. Karena dengan adanya Pasar Pagendingan ini menjadi salah satu peranan penting bagi penduduk sekitar untuk melakukan transaksi antar jual beli barang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.”¹

¹ Yunita Enni Puspitasari, Pemilik Pasar Pagendingan, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya Pasar Pagendingan sudah lama berdiri sejak ratusan tahun lalu hingga sekarang. Pasar tersebut sudah menjadi turun menurun dari nenek moyang zaman dahulu. Tanah yang ditempati pasar pagendingan merupakan tanah milik sendiri bukan milik pemerintah. Jadi, Pasar Pagendingan merupakan milik perseorangan (dikelola sendiri). Karena dengan adanya Pasar Pagendingan menjadi salah satu peranan penting bagi penduduk sekitar untuk melakukan transaksi antar jual beli barang untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

2. Operasional Pasar Pagendingan

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Yunita Enni Puspita Sari selaku pemilik Pasar Pagendingan bahwasanya:

“Pasar Pagendingan ini mbak biasanya buka setiap hari, kecuali pada hari tertentu yang sudah ditetapkan sebagai hari libur, biasanya waktu hari liburnya itu hari kamis sama hari minggu. Dan untuk para pedagang biasanya setelah shalat subuh sudah berada di tempat untuk menyiapkan barang yang mau di jual. Dan untuk jam tutup pasar sendiri sekitar jam 09.00- 09.30”²

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti paparkan bahwasanya pasar pagendingan buka setiap hari kecuali pada hari libur yang sudah ditetapkan sebagai hari libur, biasanya waktu hari liburnya itu hari kamis sama hari minggu. Dan untuk para pedagang setelah shalat subuh sudah berada di tempat untuk menyiapkan barang barang yang mau dijual. Dan untuk jam tutup pasar yaitu sekitar jam 09.00- 09.30.

3. Jumlah keseluruhan pedagang di Pasar Pagendingan

Dan dengan seiring berjalannya waktu jumlah pedagang yang berjualan di Pasar Pagendingan semakin bertambah dan sudah mencapai kurang lebih 250

² Yunita Enni Puspitasari, Pemilik Pasar Pagendingan, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

orang. Namun ketika ada pedagang yang berhenti maka tempat tersebut digantikan oleh pedagang lain.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Yunita Enni Puspita Sari selaku pemilik pasar Pagendingan bahwasanya

“Disini mbak biasanya keseluruhan pedagang daging sapi di pasar pagendingan kurang lebih sudah mencapai 250 orang, kadang ada yang berhenti dan ada juga pendatang baru, tapi Alhamdulillah banyak pedagang baru yang selalu bertambah, namun ketika ada pedagang yang berhenti maka tempat tersebut digantikan oleh pedagang lain”³

“Para Pedagang di pasar pagendingan ini mbak berasal dari berbagai kecamatan dan desa, diantaranya, desa bangkes, kadur, blumbungan, larangan, galis, pagendingan, ponteh, kembang layar, dan lain sebagainya”⁴

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti paparkan bahwasanya para pedagang yang berjualan di Pasar Pagendingan berasal dari berbagai kecamatan dan desa, diantaranya, desa bangkes, kadur, blumbungan, larangan, galis, pagendingan, ponteh, kembang layar, dan lain sebagainya.

4. Fasilitas yang disediakan di Pasar Pagendingan

Di pasar pagendingan tidak banyak memberikan fasilitas hanya saja, di sana menyediakan tempat atau kios yang berupa bangunan yang akan ditempati oleh para pedagang. Untuk fasilitas umum menyediakan kamar mandi dan tempat parkir.

Apabila ada orang yang mau berjualan di pasar tersebut yaitu harus konfirmasi (izin) terlebih dahulu kepada ibu Yunita Enni Puspitasari yang merupakan pemilik pasar, Agar mempunyai tempat yang tetap dan mudah untuk para pedagang dalam menempatnya.

³ Yunita Enni Puspitasari, Pemilik Pasar Pagendingan, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

⁴ Yunita Enni Puspitasari, Pemilik Pasar Pagendingan, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari ibu Yunita Enni Puspita Sari selaku pemilik Pasar Pagendingan bahwasanya:

“ Di pasar ini mbak tidak banyak menyediakan fasilitas hanya saja, menyediakan tempat atau kios yang berupa bangunan yang akan ditempati oleh para pedagang. Dan untuk fasilitas umum menyediakan kamar mandi dan tempat parkir. Apabila ada orang yang mau berjualan di pasar pagendingan yaitu harus konfirmasi (izin) terlebih dahulu kepada saya agar saya dapat membantu mencarikan tempat yang tetap, dan untuk lebih mudah terhadap para pedagang apabila sudah mempunyai tempat berjualan yang tetap di pasar pagendingan”⁵

5. Pajak retribusi bagi pedagang daging sapi yang berjualan di Pasar Pagendingan.

Sesuai dengan wawancara dengan Yunita Enni Puspita Sari selaku pemilik pasar Pagendingan bahwasanya:

“Di Pasar Pagendingan ini mbak untuk pajak retribusinya hanya saja perharinya membayar sebanyak 2000 rupiah. Ada juga yang langsung bayar mingguan ataupun bulanan. Sebenarnya besaran pajak yang ditentukan itu sangat murah dan saya rasa tidak membebankan terhadap para pedagang. Dengan adanya pajak retribusi sesuai dengan fasilitas yang saya sudah sediakan”⁶

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti paparkan bahwasanya Pasar pagendingan ini untuk pajak retribusinya hanya saja perharinya membayar sebanyak 2000 rupiah. Dan ada juga yang langsung membayar mingguan ataupun bulanan. Dan dengan besaran pajak yang sudah ditentukan itu sangat murah dengan rasa tidak membebankan terhadap para pedagang. Dan dengan adanya pajak retribusi sudah menyesuaikan dengan fasilitas yang sudah disediakan.

6. Data profil pedagang daging sapi di pasar pagendingan

1. Nama : Yeyen Safitri

Alamat : Bangkes, Kadur, Pamekasan

⁵ Yunita Enni Puspitasari, Pemilik Pasar Pagendingan, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

⁶ Yunita Enni Puspitasari, Pemilik Pasar Pagendingan, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

“ Saya berjualan di pasar pagendingan ini mbak hampir 1 tahun. Alasan saya berjualan di pasar pagendingan ini untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan letak lokasi pasar dengan tempat yang ditempati tidak terlalu jauh. Saya berjualan daging sapi tidak hanya berjualan di pasar pagendingan saja melainkan berjualan di pasar larangan, dan pasar keppo”

2. Nama : Salwatul Khairoh

Alamat : Blumbungan, Larangan, Pamekasan

“ Saya berjualan di pasar pagendingan ini mbak sudah puluhan tahun lamanya karena meneruskan usaha orang tua saya. Alasan saya berjualan di pasar pagendingan ini karena mencari penghasilan untuk kebutuhan sehari-hari dan meneruskan usaha orang tua saya. Saya berjualan daging sapi tidak hanya berjualan di pasar pagendingan saja melainkan berjualan di pasar larangan, dan pasar keppo”

3. Nama : Ahmad Dulpani

Alamat : Kembang Layar, Tentenan Barat, Pamekasan

“Saya berjualan daging sapi di pasar pagendingan sudah cukup lama mbak ya bisa dikatakan sudah puluhan tahun. Alasan saya berjualan di pasar pagendingan ini ya karena mencari nafkah untuk menghidupi kebutuhan sehari-hari. Saya tidak hanya berjualan di pasar pagendingan saja mbak melainkan di pasar larangan, keppo, dan prenduan”

4. Nama : Siti Hasanah

Alamat : Grujugan, Larangan, Pamekasan

Saya berjualan daging sapi di pasar pagendingan sudah cukup lama mbak ya bisa dikatakan sudah puluhan tahun. Alasan saya berjualan di pasar pagendingan ini ya karena mencari nafkah untuk menghidupi kebutuhan sehari-hari. Saya tidak hanya berjualan di pasar pagendingan saja mbak melainkan di pasar larangan, keppo, dan prenduan”

B. Paparan Data

1. Strategi bersaing yang digunakan oleh para pedagang dalam penjualan daging sapi di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan

Strategi bersaing yang digunakan oleh para pedagang daging sapi di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan dapat bervariasi tergantung pada tujuan mereka, kondisi pasar, dan preferensi pelanggan. Berikut beberapa strategi bersaing yang digunakan oleh para pedagang daging sapi yaitu sebagai berikut:

a. Kualitas produk unggul

Produk yang unggul dalam kualitas dapat menjadi keunggulan bersaing di pasar, dan merupakan salah satu faktor kunci yang membedakan suatu produk dari produk pesaingnya. Produk yang unggul dalam kualitasnya mampu memberikan pengalaman yang memuaskan kepada pelanggan, membangun kepercayaan dalam produk, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar. Dengan fokus pada kualitas produk, usaha daging sapi dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka serta membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

1) Daging sapi kios Ibu Yeyen

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu yeyen selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan hampir satu tahun lamanya bahwasanya:

“Untuk strategi tidak ada yang spesifik, hanya saja yang saya gunakan dari segi kualitas. Dalam menjaga kualitas daging sapi itu tentunya saya harus menjaga kualitas sapi dulu. Sebelum di sembelih, saya harus memilih dulu mana sapi yang sehat atau tidak. Karena kualitas daging sapi yang bagus biasanya memiliki warna merah muda hingga merah cerah, dan terlihat agak berkilau. Selain itu teksturnya juga penting. Daging yang bagus seharusnya memiliki serat halus dan kenyal. Saya juga melihat marbling, yaitu lemak yang tersebar merata dalam daging, karena ini bisa memengaruhi terhadap rasa dan kelembutan. Maka dari itu mbak saya tidak mencampurkan daging yang bagus dengan daging yang kurang bagus. yaitu dengan cara

membedakan antara daging bagus dan daging yang kurang bagus. Daging sapi yang kualitasnya kurang bagus biasanya saya jual dengan harga lebih murah ataupun digunakan sebagai imbuhan dari pembelian konsumen.”⁷

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya tidak ada strategi yang spesifik untuk digunakan sebagai strategi penjualan, namun ibu Yeyen mengutamakan kualitas produk yang baik agar banyak diminati oleh para konsumen, dengan tidak mencampurkan daging yang bagus dengan daging yang kurang bagus. Daging yang kurang bagus dijadikan imbuhan atau di jual dengan harga yang lebih murah. Sehingga pelanggan mendapatkan harga yang murah dengan kualitas yang sama.

2) Daging sapi kios Ibu Salwa

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Salwa selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“untuk kualitas Daging Sapi yang saya jual ke orang akan saya campur, karena jika tidak dicampur dengan kualitas yang bagus, daging yang kualitasnya kurang bagus tidak terjual dan saya akan mengalami kerugian. maka dari itu saya campur daging tersebut”⁸

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya di kios ibu salwa ini tidak terlalu menjaga kualitas dikarenakan daging sapi yang dijual akan dicampur antara daging yang bagus dengan daging yang kurang bagus. Karena apabila tidak di campur dengan kualitas yang bagus maka daging yang kualitasnya kurang bagus tidak akan terjual sehingga ibu Salwa akan mengalami kerugian.

3) Daging sapi kios Bapak Dulpani

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Dulpani selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

⁷ Yeyen, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

⁸ Salwa, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

“Sekarang kan mbak kebanyakan penjual dengan produk yang sama sudah banyak di pasaran. Maka dari itu untuk kualitas daging sapi yang bagus dan yang kurang bagus sama saya di campur kalau tidak dengan begitu daging yang kurang bagus tidak akan laku. Meskipun laku tidak seberapa untuk harganya.”⁹

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya saat ini sudah banyak penjual dengan produk yang sama maka dari itu bapak Dulpani menjual daging sapi dengan harga yang sesuai dengan harga pasar yang sudah ditetapkan. Dan untuk kualitas daging sapi yang bagus dan daging sapi yang kurang bagus itu di campur karena kalau tidak dengan begitu daging yang kurang bagus tidak akan laku, meskipun laku mungkin harganya tidak seberapa.

4) Daging sapi kios Ibu Sanah

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Sanah selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“Saya menjual daging sapi dengan kualitas yang segar. jadi harganya akan saya sesuaikan dengan produk yang saya sediakan. Tapi untuk kualitas daging sapi yang bagus dengan yang kurang bagus sama saya di campur mbak kalau tidak begitu nanti daging yang kurang bagus tidak akan laku”¹⁰

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya ibu sanah menjual daging sapi dengan kualitas yang bagus. akan tetapi harganya menyesuaikan dengan produk yang sudah disediakan. tapi untuk kualitas daging sapi yang bagus dengan daging sapi yang kurang bagus dicampur karena apabila tidak dengan hal tersebut daging yang kurang bagus tidak akan laku.

b. Memberikan Pelayanan yang baik terhadap pelanggan

Di setiap usaha yang ada pasti ada unsur yang utama adalah pelayanan. pelayanan yang sesuai standart sehingga pelanggan yang datang akan merasa nyaman dan ingin kembali lagi ke tempat tersebut, pelayanan sendiri merupakan

⁹ Dulpani, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

¹⁰ Sanah, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

sikap yang ditunjukkan oleh pedagang untuk melayani pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal.

Menurut hasil wawancara yang peneliti dapat pada masing-masing kios daging sapi sebagai berikut :

1. Daging sapi kios ibu yeyen:

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu yeyen selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan hampir satu tahun lamanya bahwasanya:

“Dalam berjualan daging sapi saya tidak hanya menjaga dari segi kualitas tapi dari segi pelayanan. Karena memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen merupakan hal yang paling utama dalam menarik minat pelanggan. Yaitu dengan cara berinteraksi dengan sopan dan ramah terhadap pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan bertanggung jawab jika tidak sesuai dengan barang yang diharapkan. Maka dengan hal tersebut produk yang saya jual agar tetap diminati oleh banyak orang”¹¹

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya dalam berjualan daging sapi ibu Yeyen tidak hanya menjaga dari segi kualitas tapi dari segi pelayanan. Karena memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen dapat menarik minat pelanggan. Yaitu Dengan cara berinteraksi dengan sopan dan ramah terhadap pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan bertanggung jawab jika tidak sesuai dengan barang yang diharapkan. Karena dengan hal tersebut produk yang dijual ibu Yeyen agar tetap diminati oleh banyak orang.

2. Daging sapi kios Ibu Salwa

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Salwa selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“dalam melayani konsumen atau pelanggan, saya sebagai penjual harus memperhatikan betul sikap, attitude, keramahan serta kenyamanan konsumen ataupun pelanggan. Karena hal ini merupakan suatu hal yang sangat penting

¹¹ Yeyen, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

terhadap kepuasan konsumen ataupun pelanggan serta penting bagi kemajuan dan kualitas pelayanan pada usaha saya”¹²

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya dalam proses pelayanan di kios ibu Salwa ini lebih memperhatikan bagaimana cara bersikap baik, ramah, santun kepada pelanggan. Karena kepuasan pelanggan menjadi faktor utama dari setiap pelayanan yang dilakukan oleh pedagang. Dan penting bagi kemajuan dan kualitas pelayanan pada usaha tersebut.

3. Daging sapi kios Bapak Dulpani

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Dulpani selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“Dalam menjual daging sapi mbak saya mengutamakan yang namanya pelayanan karena menurut saya, pelayanan yaitu mengutamakan kenyamanan konsumen, sikap, dan keramahan. karena sangat penting dalam melayani konsumen atau pelanggan, jadi, jika saya baik terhadap pelanggan maka pelanggan akan merasa dihargai oleh saya”¹³

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya dalam menjual daging sapi bapak Dulpani mengutamakan yang namanya pelayanan, karena dengan pelayanan dapat mengutamakan kenyamanan konsumen, sikap, dan keramahan, karena sangat penting dalam melayani konsumen atau pelanggan, jadi, dengan hal tersebut konsumen atau pelanggan merasakan kepuasan.

4. Daging sapi kios Ibu Sanah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sanah selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“Dalam melakukan penjualan daging sapi saya selalu mengutamakan yang namanya pelayanan, karena dengan memberikan pelayanan yang baik dapat menarik minat konsumen. dan dengan adanya kualitas pelayanan, maka akan menghadirkan kepuasan pelanggan, yang mana kepuasan pelanggan tersebut

¹²Sanah, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

¹³Dulpani, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

menjadi tolak ukur kesuksesan dari keseluruhan kegiatan pada usaha saya”¹⁴

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya Ibu Sanah dalam melakukan penjualan daging sapi selalu mengutamakan yang namanya pelayanan, karena dengan memberikan pelayanan yang baik dapat menarik minat konsumen. Dan dengan adanya kualitas pelayanan, maka akan menghadirkan kepuasan pelanggan, yang mana kepuasan pelanggan tersebut menjadi tolak ukur terhadap kesuksesan dari keseluruhan kegiatan pada usaha Ibu Sanah.

c. Harga yang kompetitif

Suatu keharusan bagi bisnis dalam memenangkan persaingan di pasar. Dengan harga yang kompetitif, bisnis dapat menarik lebih banyak pelanggan, mempertahankan pangsa pasar, dan meningkatkan profitabilitas mereka. Harga yang kompetitif juga dapat mendorong inovasi dan efisiensi dalam bisnis untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka. Memiliki harga yang kompetitif adalah strategi yang penting dalam upaya mencapai keberhasilan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

1. Daging sapi kios ibu yeyen:

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu yeyen selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan hampir satu tahun lamanya bahwasanya:

“Strategi dalam menentukan harga yaitu dengan memberikan harga yang sedikit lebih murah dari lainnya, Saya menetapkan harga daging sapi tergantung pada harga sapi yang dibeli, untuk penentuan harga biasanya dilakukan dengan tawar-menawar terlebih dahulu, saya melakukan hal ini agar dapat menarik perhatian para konsumen yang menjadi target market atau target pasar. Yang mana dengan harga yang relatif sedikit rendah, maka akan memicu peningkatan permintaan yang datang dari konsumen maupun pesaing/kompetitor”¹⁵

¹⁴ Sanah, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

¹⁵ Yeyen, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya ibu yeyen dalam menentukan harga yaitu dengan memberikan harga yang sedikit lebih murah dari lainnya, dan menetapkan harga daging sapi yaitu tergantung pada harga sapi yang dibeli, dan biasanya untuk penentuan harga dilakukan dengan cara tawar-menawar terlebih dahulu, karena dengan hal tersebut agar dapat menarik perhatian para konsumen yang menjadi target market atau target pasar. Yang mana dengan harga yang relatif sedikit rendah, maka akan memicu peningkatan permintaan yang datang dari konsumen maupun pesaing/kompetitor.

2. Daging sapi kios Ibu Salwa

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Salwa selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“Saya menentukan harga daging sapi itu tergantung dari harga sapi yang dibeli, kalau kualitas daging bagus itu bisa mencapai harga 110.000-lebih. Kalau kualitas daging sedang harga bisa dibawahnya. Untuk penetapan harga saya samakan dengan pedagang lainnya”¹⁶

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya ibu Salwa menentukan harga daging sapi itu tergantung dari harga beli sapi yang dibeli, kalau kaulitasnya bagus bisa mencapai harga 110.000-lebih. Kalau kualitasnya sedang harga bisa dibawahnya, untuk penetapan harga disamakan dengan pedagang lainnya.

3. Daging sapi kios Bapak Dulpani

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Dulpani selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“Saya menetapkan harga daging sapi tergantung pada harga sapi yang dibeli, untuk penentuan harga biasanya dilakukan dengan tawar-menawar terlebih dahulu, baru nanti ketemu harga yang disepakati bersama yang penting sudah

¹⁶ Salwa, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

dapat untung. Kalau mengambil untung yang besar nanti akan berpengaruh pada minat beli konsumen. Harga yang saya tentukan tentunya juga sesuai dengan kualitas barang yang dijual”¹⁷

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya Bapak Dulpani dalam menetapkan harga daging sapi yaitu tergantung pada harga sapi yang dibeli, dan untuk penentuan harganya yaitu dengan cara tawar-menawar terlebih dahulu, apabila harga yang disepakati bersama sudah sama-sama sepakat yang penting bapak dulpani sudah mendapatkan keuntungan. Dan apabila mengambil keuntungan yang banyak nanti akan berpengaruh pada minat beli konsumen. Dan harga yang ditentukan sudah sesuai dengan kualitas barang yang dijual.

4. Daging sapi kios Ibu Sanah

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sanah selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“Saya menetapkan harga daging sapi tergantung pada harga sapi yang dibeli, harga yang saya tentukan juga didasarkan pada kualitas daging, apabila kualitas daging bagus maka harga jual sedikit lebih mahal”¹⁸

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya Ibu Sanah dalam menetapkan harga daging sapi yaitu tergantung pada harga sapi yang dibeli, dan harga yang sudah ditentukan sudah didasarkan pada kualitas daging sapi, apabila kualitas daging sapi bagus maka harga jualnya sedikit lebih mahal.

Dari hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya di kios ibu Yeyen ini selalu mengutamakan pelayanan, harga dan kualitas. Tidak seperti di kios yang lain, pelayanan, kualitas, dan harga benar-benar terjamin. Hal tersebut dilakukan agar konsumen merasakan kepuasan dalam membeli daging sapi di kios ibu Yeyen.

¹⁷Dulpani, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

¹⁸ Sanah, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

d. Mengambil keuntungan dan menentukan harga penjualan daging sapi

1. Kios daging sapi Ibu Yeyen

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu yeyen selaku pemilik kios bahwasanya:

“Untuk keuntungan yang saya ambil saya hanya mengambil sedikit dari penjualan daging sapi sebagai biaya pelayanan konsumen. yang sudah meliputi biaya transportasi, biaya jasa, dan biaya lain-lainnya. Sekarang untuk harga daging sapi 1kg nya itu mbak ada yang 105.000 ada juga 110.000 tergantung pada harga pasar. Biasanya kalau di hari hari biasanya itu harganya 105.000-110.000 perkilonya tapi kalau menjelang hari raya itu harga naik bisa mencapai 120.000 perkilonya.”

“Kalau sepi atau ramai pembeli itu paling banyak lakunya berapa bu.?”

“Kadang mbak kalau sepi paling lakunya kurang lebih 50 kg perharinya. terus kalau ramai pembeli itu mbk kadang bisa mencapai 1 kwintal lebih perharinya”¹⁹

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya ibu yeyen dalam mengambil keuntungan hanya mengambil sedikit dari penjualan daging sapi sebagai biaya pelayanan konsumen. Yang Sudah termasuk dalam biaya transportasi, biaya jasa, dan biaya lain-lainnya. Karena harga daging sapi sekarang 1 kgnya ada yang 105.000 ada juga yang 110.000 tergantung pada harga pasar. Biasanya harga naik bisa mencapai 120.000 per kgnya kalau menjelang pada waktu hari raya.

2. Daging sapi kios Ibu Salwa

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Salwa selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“Untuk keuntungan yang saya ambil, saya mengambil sedikit dari penjualan daging sapi dengan mengambil biaya pelayanan sebagai keuntungan. Sekarang untuk harga daging sapi 1kg nya itu mbak ada yang 105.000 ada juga 110.000 tergantung pada harga pasar. Biasanya kalau di hari hari

¹⁹ Yeyen, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

biasanya itu harganya 105.000-110.000 perkilonya tapi kalau menjelang hari raya itu harga naik bisa mencapai 120.000 perkilonya.”

“Kalau sepi atau ramai pembeli itu paling banyak lakunya berapa bu?”

“Kadang mbak kalau sepi paling lakunya kurang lebih 40 kg perharinya. terus kalau ramai pembeli itu mbk kadang bisa mencapai 1 kwintal perharinya”²⁰

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya dalam mengambil keuntungan dari penjualan daging sapi ibu salwa mengambil dari biaya pelayanan sebagai keuntungan. Karena harga daging sapi sekarang 1 kgnya ada yang 105.000 ada juga yang 110.000 tergantung pada harga pasar. Biasanya harga naik bisa mencapai 120.000 per kgnya kalau menjelang pada waktu hari raya.

3. Daging sapi kios Bapak Dulpani

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Dulpani selaku pemilik kios daging sapi yang berjualan sudah cukup lama bahwasanya:

“Dalam penjualan daging sapi saya mengambil keuntungan dengan biaya pelayanan. Sekarang untuk harga daging sapi 1kg nya itu mbak ada yang 105.000 ada juga 110.000 tergantung pada harga pasar. Biasanya kalau di hari hari biasanya itu harganya 105.000-110.000 perkilonya tapi kalau menjelang hari raya itu harga naik bisa mencapai 120.000 perkilonya.”

“Kalau sepi atau ramai pembeli itu paling banyak lakunya berapa pak?”

“Kadang mbak kalau sepi paling lakunya kurang lebih 40 kg perharinya. terus kalau ramai pembeli itu mbk kadang bisa mencapai 90 kg perharinya”²¹

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya dalam penjualan daging sapi bapak Dulpani mengambil keuntungan dari biaya pelayanan. Karena harga daging sapi sekarang 1 kgnya ada yang 105.000 ada juga yang 110.000 tergantung pada harga pasar. Biasanya harga naik bisa mencapai 120.000 per kgnya kalau menjelang pada waktu hari raya.

²⁰ Salwa, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

²¹ Dulpani, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

4. Daging sapi kios Ibu Sanah

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Sanah selaku pemilik kios daging sapi bahwasanya:

“Saya dalam melakukan penjualan daging sapi mengambil keuntungan dari biaya pelayanan. Sekarang untuk harga daging sapi 1kg nya itu mbak ada yang 105.000 ada juga 110.000 tergantung pada harga pasar. Biasanya kalau di hari hari biasanya itu harganya 105.000-110.000 perkilonya tapi kalau menjelang hari raya itu harga naik bisa mencapai 120.000 perkilonya.”

“Kalau sepi atau ramai pembeli itu paling banyak lakunya berapa bu.?”

“Kadang mbak kalau sepi paling lakunya kurang lebih 30 kg perharinya. terus kalau ramai pembeli itu mbk kadang bisa mencapai 90 kg perharinya”²²

Hasil wawancara yang telah peneliti paparkan bahwasanya ibu sanah dalam melakukan penjualan daging sapi mengambil keuntungan dari biaya pelayanan. Karena harga daging sapi sekarang 1 kgnya ada yang 105.000 ada juga yang 110.000 tergantung pada harga pasar. Biasanya harga naik bisa mencapai 120.000 per kgnya kalau menjelang pada waktu hari raya.

2. Strategi efektivitas bersaing yang digunakan dalam penjualan daging sapi di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan

Keunggulan bersaing atau kompetitif merupakan suatu manfaat bagi perusahaan ketika mempunyai dan menghasilkan produk (barang atau jasa) yang jika dilihat dari pasar targetnya lebih baik dibandingkan dengan para pesaing terdekat.

Menurut hasil wawancara yang peneliti dapat pada masing-masing kios daging sapi sebagai berikut :

a. Daging sapi kios ibu yeyen

“menurut saya pribadi strategi yang paling efektif dalam menarik konsumen yaitu strategi kualitas produk, soalnya orang-orang sini itu kebanyakan

²² Sanah, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

mencari daging yang segar, dan saya sebagai penjual agar tidak kehilangan pelanggan saya menyediakan produk yang segar agar para konsumen puas dalam membeli daging sapi di kios saya”²³

“dan saya sendiri sebagai pedagang daging sapi tidak mencampurkan antara kualitas daging sapi yang segar dengan daging yang kurang segar, soalnya kalau kualitas daging yang segar dan daging yang kurang segar dicampur maka pelanggan tidak akan merasakan kepuasan dalam membeli daging sapi di kios saya”²⁴

Berdasarkan Hasil Wawancara yang peneliti paparkan bahwasanya strategi yang paling efektif digunakan di kios Ibu Yeyen ini menggunakan strategi kualitas produk yaitu dengan cara tidak mencampurkan antara daging yang segar dengan daging yang kurang segar sebagai strategi untuk penjualan daging sapi agar pelanggan merasakan kepuasan dalam membeli daging sapi di kios Ibu Yeyen.

Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan Ibu Misyati salah satu pelanggan tetap di kios Ibu Yeyen sebagai berikut:

“Saya mulai berlangganan membeli daging sapi di kios ibu Yeyen yaitu karena di kios ini selalu mengutamakan pelayanan yang baik, harga dan kualitas produk yang baik, dan kualitas produknya yaitu dengan cara tidak mencampurkan daging yang bagus dengan daging yang kurang bagus, jadi, dengan hal ini saya merasakan kepuasan dalam membeli di kios ibu Yeyen. jika di kios lainnya dagingnya itu dicampur antara kualitas yang bagus dengan kualitas yang kurang bagus sehingga pembeli lebih memilih membeli di kios Ibu Yeyen”²⁵

Hal senada juga disampaikan oleh pembeli lainnya yaitu dengan ibu Manisa bahwasanya :

“ kalau saya membeli daging sapi di kios ibu Yeyen itu pelayanannya baik dan dari segi harga dan kualitas juga terjamin. Kualitasnya sangat baik Karena dagingnya itu tidak di campur antara daging yang bagus dengan daging yang kurang bagus tidak seperti di kios lainnya Jadi, saya merasakan kepuasan dan sudah menjadi pelanggan tetap dalam membeli daging sapi di kios ibu Yeyen”²⁶

²³Yeyen, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

²⁴Yeyen, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

²⁵ Misyati, Pembeli Daging Sapi (Konsumen), Wawancara Langsung, (23 Maret 2024)

²⁶ Manisa, Pembeli Daging Sapi (Konsumen), Wawancara Langsung, (23 Maret 2024)

Hal senada juga disampaikan oleh pembeli lainnya yaitu dengan ibu Salamah bahwasanya:

“ kalau saya membeli daging sapi yaitu di kios ibu Yeyen karena disana saya mendapatkan pelayanan yang baik serta harga dan kualitas yang baik juga. Dan disana kualitas dagingnya bagus karena tidak ada campuran antara daging yang bagus dengan daging yang kurang bagus. tidak seperti dikios lainnya jadi saya merasakan kepuasan dan sudah berlangganan dalam membeli daging sapi di kios ibu Yeyen”²⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis melihat bahwasanya di kios Ibu yeyen selalu mengutamakan kualitas produk pada usahanya, sehingga dapat menarik konsumen sebanyak banyaknya.

b. Daging sapi kios ibu Salwa

“ kalau strategi paling efektif disini kayaknya nggak ada mbak semua strategi diterapkan. Soalnya disini mengutamakan kembalinya modal sama keuntungan, kalau soal kualitas saya campur agar tidak merugikan bagi saya”²⁸

Berdasarkan Hasil Wawancara yang peneliti paparkan bahwasanya tidak ada strategi yang paling efektif karena semua strategi diterapkan. Kios Ibu Salwa mengutamakan kembalinya modal sama keuntungan, kalau soal kualitas daging semuanya dicampur antara daging sapi yang segar dengan daging yang kurang segar.

c. Daging sapi kios Bapak Dulpani

“ untuk strategi yang paling efektif disini tidak ada mbak soalnya semua strategi digunakan. Karena menurut saya sendiri yang penting dapat keuntungan dan kembalinya modal, soal kualitas daging sapi yang saya jual saya mencampurkan antara kualitas daging sapi yang segar dengan kualitas daging sapi yang kurang segar kalau tidak dengan begitu nantinya daging yang kurang segar tidak akan laku terjual”²⁹

²⁷ Salamah, Pembeli Daging Sapi (Konsumen), Wawancara Langsung, (23 Maret 2024)

²⁸Salwa, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

²⁹Dulpani, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

Berdasarkan Hasil Wawancara yang peneliti paparkan bahwasanya tidak ada strategi yang paling efektif karena semua strategi digunakan. Karena yang penting dapat keuntungan dan kembalinya modal, dan untuk kualitas daging sapi saya mencampurkan daging yang segar dengan kualitas daging yang kurang segar karena kalau tidak dengan begitu nantinya daging yang kurang segar tidak akan laku terjual.

d. Daging sapi kios ibu Sanah

“ Strategi paling efektif yang digunakan di kios saya itu nggak ada mbak karena semua strategi saya gunakan, untuk harga sudah mengikuti harga pasar dan untuk kualitas produk saya campurkan agar daging yang segar dan daging sisa kemarin juga terjual, jika tidak seperti itu saya akan mengalami kerugian”³⁰

Berdasarkan Hasil Wawancara yang peneliti paparkan bahwasanya tidak ada strategi yang paling efektif karena semua strategi digunakan. Dan untuk harga sudah mengikuti harga pasar dan untuk kualitas produk di campur dengan daging yang segar dan daging yang kurang segar, karena kalau tidak dengan hal tersebut akan mengalami kerugian.

Berdasarkan Hasil Wawancara dan observasi di atas yang peneliti jelaskan, bahwasanya tidak ada strategi yang paling efektif karena semua strategi yang digunakan hampir sama. Dan berdasarkan tinjauan peneliti di lapangan, penulis menemukan bahwa strategi paling efektif yang digunakan dari empat kios yang menjadi sasaran peneliti hanya satu yang menerapkan strategi efektif untuk menarik minat konsumen. Yakni kios daging sapi Ibu yeyen, beliau memperhatikan kualitas produk daging yang *fresh* dan *selling by request kepada konsumen*. Selain memberikan kesan baik pada konsumen kios daging sapi Ibu

³⁰Sanah, Penjual Daging Sapi, Wawancara Langsung (22 Maret 2024)

yeyen juga memiliki daya saing yang kompetitif hal ini dilihat dari bagaimana Ibu yeyen menawarkan dan menjual produk dengan kualitas terbaik. Sedangkan ketiga kios daging sapi lainnya mencampurkan produk daging fresh dengan sisa kemarin dan ditawarkan dengan harga yang lebih terjangkau.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan data temuan yang diperoleh dalam penelitian lapangan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Peneliti memperoleh beberapa temuan penelitian yang dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Strategi bersaing yang digunakan oleh para pedagang dalam penjualan daging sapi di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan

- a. Strategi yang digunakan oleh para pedagang daging sapi di Pasar Pagendingan ini menggunakan kualitas produk sebagai salah satu strategi bersaing.
- b. Membangun dan menjaga hubungan baik dengan para konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik.
- c. Harga yang kompetitif dapat menjadi strategi yang dapat menjadikan suatu hal yang penting dalam pembelian suatu produk.
- d. Mengenali situasi bisnis yang di jalankan Strategi bersaing di susun dan dirancang sesuai konteks yang cocok dengan situasi dan posisi bisnis.
- e. Memperbanyak mitra, jaringan, dan pelanggan agar produk yang dijual dapat mudah dikenal banyak orang.

2. Strategi efektivitas bersaing yang di terapkan dalam penjualan daging sapi di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan

- a. Strategi paling efektif dalam penjualan daging sapi ialah strategi kualitas produk.
- b. Mengutamakan mutu dan kualitas produk dalam penjualan daging sapi.
- c. Mutu dan kualitas produk tersebut dikelola dengan tepat karena apabila dalam mengelolanya kurang tepat dapat menyebabkan kerugian pada usahanya.

Berdasarkan Hasil temuan penelitian bahwasanya strategi berupa kualitas pruduk merupakan strategi paling efektif dalam penjualan . hal ini dapat membedakan antara kios daging sapi yang satu dengan kios daging sapi lainnya untuk menarik pelanggan sebanyak-banyaknya.

D. Pembahasan

1. Strategi bersaing yang digunakan oleh para pedagang dalam penjualan daging sapi di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan

Menurut Porter, strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.³¹ Strategi bersaing merupakan suatu pendekatan jangka panjang yang digunakan suatu bisnis untuk memperoleh keunggulan kompetitif di mata target konsumen mereka.³² Dengan menyusun strategi yang efektif akan membantu usaha dalam mengembangkan, meningkatkan, dan memanfaatkan satu atau lebih keunggulan bersaing.

³¹ Freddy Rangkuti, “*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*”, (Jakarta: Gramedia, 2017)

³² Saludin, “*Strategi Persaingan Pada Lingkungan Industri*”, (Jakarta, Mitra Wacana Media, 2020), 97

Persaingan dalam dunia usaha berarti upaya mendapatkan keuntungan dalam suatu mekanisme pasar, dimana hasil akhirnya akan dinikmati oleh konsumen. Misalnya dalam bentuk harga murah, variasi produk, pelayanan, ketersediaan, pilihan dan lainnya.³³ Dalam menanggulangi berbagai kekuatan persaingan ada beberapa kekuatan yang secara potensial dapat berhasil untuk menanggulangi persaingan suatu industry maupun usaha yaitu sebagai berikut:

a. Keunggulan Biaya Menyeluruh

Masing-masing kios mengikuti harga pasar atau harga eceran tertinggi menyesuaikan dengan kualitas yang ada pada produk daging di tiap kios sehingga dominan para penjual daging di tiap kiosnya tidak mengambil harga tinggi, hal ini disebabkan karena harga daging yang memiliki kualitas premium atau tinggi dengan dibawahnya tidak beda jauh. Sehingga menjadi keunggulan yang terletak pada penetapan biaya atau harga untuk para penjual daging di pasar pagendingan Galis-Pamekasan.

Menurut pengamatan peneliti di Pasar Pagendingan pada kios –kios daging sudah mengikuti harga jual pasar di wilayah kabupaten Pamekasan. jika dikaitkan dengan teori secara garis besar dikatakan bahwa biaya yang setara dan cenderung lebih rendah disuatu market masih memungkinkan mendapatkan hasil atau laba dari penjualan yang secara kasat mata di dapatkan dengan modal yang tak sedikit. Dan mengamati dari sisi pembeli cenderung membeli daging pada kios di Pasar Pagendingan dengan melihat kualitas daging ditawarkan.³⁴

³³ Ibid, 8.

³⁴ Saludin, “Strategi Persaingan Pada Lingkungan Industri”, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 176.

b. Defrensiasi

Loyalitas penjual kepada pelanggan menjadi poin utama terciptanya pembeli yang dikatakan berlangganan tetap atau menjadi pelanggan tetap pada masing-masing kios. Dari ketiga kios yang menjadi objek penelitian dalam skripsi ini, kios Ibu Yeyen memiliki diferensiasi atau perbendaan yang menjadikannya unggul dalam persaingan penjualan daging di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan. Pasalnya Ibu Yeyen selalu menginformasikan kepada pembeli calon pembeli daging di kiosnya bahwa ada beberapa tingkatan produk daging di kiosnya dan ditawarkan melalui harga yang berbeda tidak jauh berbeda namun peletakannya juga dibedakan sehingga calon pembeli dapat leluasa menentukan keputusan membeli secara efisien. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri di kios Ibu Yeyen yang menerapkan keunggulan yang berbeda dan diminati pelanggan sehingga tidak ada unsur mengelabui dalam jual beli atau konotatifnya adalah transparansi dalam jual beli.³⁵

c. Fokus

Penyediaan produk daging pada kios daging di pasar Pagendingan Galis Pamekasan juga Fokus terhadap Kelompok Pembeli dan penyediaan daging sapi. Dari hasil pengamatan peneliti tiap penjual yang memiliki kios daging di pasar Pagendingan bisa dikatakan legendaris dan memiliki peternakan sapi sendiri sehingga tidak harus mengambil atau melakukan kegiatan export-impor dari luar wilayah kabupaten Pamekasan.

Hal ini menjadi salah satu pelayanan dalam jual beli yang bisa dijadikan contoh bagi para penjual daging di wilayah lain. Secara geografis dan kondisi

³⁵ Ibid, 177

social ekonomi masyarakat memang kecamatan Galis terkenal dengan Pasar Keppo yang Masyhur dengan jual beli hewan ternak di Pulau Madura. Dengan ini pelayanan pada penjual daging di wilayah Pagendingan dapat melayani pembeli dengan menyediakan daging fresh yang focus pada pelayanan dan kualitas hal ini tentu menciptakan persaingan yang sehat antar penjual daging di Pasar Pagendingan.³⁶

Dari hasil penelitian yang peneliti dapatkan pada objek penelitian bahwasanya pada masing-masing penjual daging sapi menggunakan strategi sebagai berikut dalam penjualan daging sapi:

Pertama, menggunakan strategi kualitas produk karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut.³⁷ Maka dari itu kualitas produk sangat penting bagi suatu usaha agar produk yang di pasarkan agar menarik minat banyak konsumen.

Pada masing-masing pedagang memiliki perbedaan saat menakar produknya, diantara salah satunya ada tidak ada yang mencampur antara kualitas daging sapi yang bagus dengan daging sapi yang kurang bagus.

Kedua, menggunakan strategi pelayanan karena pelayanan merupakan kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Hal ini sesuai dengan pendapat R.A Supriono bahwasanya pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak

³⁶ Ibid.

³⁷ Ernawati, "*Strategi Persaingan*", (Jakarta, 2019), 7

konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.³⁸

Dari semua pedagang daging sapi menggunakan strategi pelayanan sebagai sesuatu yang dapat menarik minat konsumen dalam transaksi pembelian daging sapi. Sebab pelayanan dapat memberikan kepuasan terhadap para konsumen.

Ketiga, menggunakan strategi harga karena harga merupakan jumlah uang yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan konsumen dan merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan biaya. Hal ini sesuai dengan pendapat Swastha bahwasanya harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.³⁹ Dari definisi diatas, kita dapat mengetahui bahwa harga yang dibayar pembeli sudah termasuk pelayanan yang diberikan oleh penjual. Namun pada usaha daging sapi di pasar pagendingan akan terjadi tawar menawar terlebih dahulu, harga yang ditetapkan dapat berubah sesuai dengan kesepakatan antara penjual dan pembeli.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua pedagang daging sapi di pasar pagendingan Galis Pamekasan menggunakan strategi bersaing berupa kualitas produk, pelayanan, dan harga.

³⁸ Malayu Hasibuan, *dasar-dasar perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015), cetakan. 4, 152

³⁹ Basu DH Swastha, dan Irawan, "*Manajemen Pemasaran Modern*", (Yogyakarta, Liberty 2003), 190

2. Strategi efektivitas bersaing yang diterapkan dalam penjualan daging sapi di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan

Efektivitas berasal dari kata dasar efektif. Kata efektif mempunyai arti efek, pengaruh, akibat atau dapat membawa hasil.⁴⁰ efektivitas adalah suatu keadaan yang menunjukkan sejauh mana rencana dapat tercapai. Semakin banyak rencana yang dapat dicapai, semakin efektif pula kegiatan tersebut, sehingga kata efektivitas dapat juga diartikan sebagai tingkat keberhasilan yang dapat dicapai dari suatu cara atau usaha tertentu sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai. Suatu proses produksi bisa dikatakan efektif ketika memenuhi kriteria, diantaranya mampu memberikan pengaruh, perubahan atau dapat membawa hasil. Ketika kita merumuskan tujuan instruksional, maka efektivitas dapat dilihat dari seberapa jauh tujuan itu tercapai. Semakin banyak tujuan tercapai, maka semakin efektif pula proses produksi tersebut.

Pada penjualan daging sapi di Pasar Pagendingan Galis Pamekasan masing-masing kios menggunakan strategi kualitas produk, pelayanan dan harga. Dari keempat kios daging sapi yang ada di pasar pagendingan ada kios yang paling banyak konsumennya. Hal ini disebabkan karena penggunaan strategi yang paling efektif yaitu strategi kualitas produk dimana hanya diterapkan pada salah satu kios tersebut, yakni pada kios ibu yeyen sehingga dari ke empat kios daging sapi yang paling banyak memiliki pelanggan.

⁴⁰ Departemen pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa, Balai Pustaka, (Jakarta: 2000), 352

