

BAB II

GAMBARAN UMUM

A. Letak Geografis Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring berada di Jl. Bligo, Jambeyan, Banyurejo, Kec. Tempel, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55552 dengan nomor telepon 0823-3483-1050.

Gambar 2. 1.
Letak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring



Sumber: Goggle Maps

B. Sejarah Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring adalah wisata kuliner yang didirikan pertama kali pada tahun 2019 di Jl. Bligo, Jambeyan, Banyurejo, Kec. Tempel, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta oleh KWT (kelompok wanita tani) Cahya Rini, Karang Taruna Muda Mendunia

Jambeyan, dan UKM Lembah Si Cangkring. Dengan mengusung konsep Pasar Jadoel mayoritas produk yang dijual adalah makanan dan minuman tempo dulu.

Awal mula lahirnya Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring adalah keinginan bersama dari masyarakat untuk bisa menangkap peluang dari para wisatawan yang melintas di sebelah utara Dusun Jambeyan. Sebuah tempat yang pada awalnya berupa sawah pekarangan milik kelurahan Banyurejo, dikelola bersama-sama dengan harapan bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Maka tercetuslah sebuah ide usaha “Wisata Kuliner Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring”, pada awal berjualan para pedagang hanya menggunakan peralatan seadanya seperti tenda yang terbuat dari anyaman daun kelapa kering. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring menjual berbagai macam makanan pasar tradisional seperti: bubur krecek, dawet, pecel, lopis dll.

Dalam perkembangannya Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring banyak mengalami kendala seperti kekurangan anggaran untuk membangun fasilitas-fasilitas pendukung untuk pelanggan dan berhenti beroperasi dari beberapa pedagang karena tidak yakin akan banyak pengunjung yang datang. Akan tetapi pada tanggal 1 Januari 2021 banyak pedagang yang berjualan kembali dan fasilitas-fasilitas yang ada di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring diperbaiki dan ditambah seperti membuat gubuk dari lampit (kerajinan batang rotan) dan amben (tempat duduk dari bambu).

Karena kegigihan dan tekad yang kuat dari KWT (kelompok wanita tani) Cahya Rini, Karang Taruna Muda Mendunia Jambeyan, dan UKM Lembah Si Cangkring dalam membangun wisata kuliner, Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring mampu berkembang secara pesat dan semakin banyak pelanggan atau konsumen yang datang.⁵²

C. Visi dan Misi Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Setiap tempat usaha atau bisnis harus memiliki visi dan misi sebagai motivasi untuk membuat usaha atau bisnis tersebut tetap bertahan untuk mencapai tujuannya. Adapun visi dan misi dari Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yaitu:

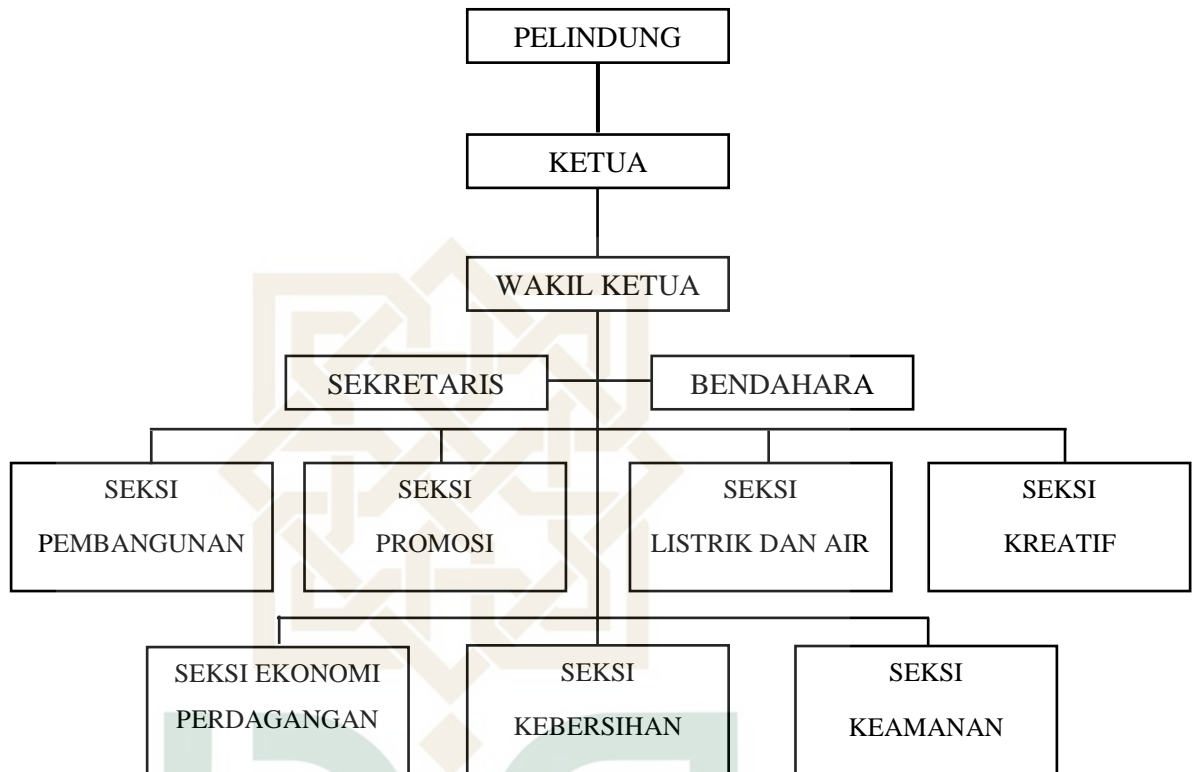
Visi: Menjadi destinasi wisata terbaik dan paling diingat di Yogyakarta

Misi:

1. Menjadi tujuan wisata edukasi, kuliner, budaya, agrikultur milenial dan keindahan alam.
2. Meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat, memberi kontribusi bagi pembangunan desa dan negara, dengan kegiatan wisata berbasis masyarakat.

⁵² Wawancara dengan Bapak AD selaku pengelola, pada tanggal 1 Maret 2022 pukul 10.15 WIB.

D. Struktur Organisasi Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring



Sumber: Dokumen Pemerintah Desa Jambeyan

Berikut ini adalah daftar jabatan yang ada di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring:

1. Pelindung : Mugita (Kepala Dukuh Jambeyan) dan Dwiyatito
2. Ketua : Eko Putro Susilo
3. Wakil ketua: Siti Sofiatun
4. Sekretaris : Arif Budi Almawan dan Widya Astuti
5. Bendahara : Adriyantopo dan Ida Rini Widiastuti
6. Seksi pembangunan: Surateja, Puji Ristyono dan Widarto
7. Seksi promosi: Cahyo Artadi, Arif Budi Almawan, Ekida Farra Salsabilla, Vionita Risti Siniyanti dan Nurmalita Aprilia

8. Seksi listrik dan air: Mulyadi dan Sutopo
9. Seksi kreatif: Adi Damar Bagastama, Agil Setya Saputra dan Aptazuma Abdul Aziz
10. Seksi ekonomi perdagangan: Supriyati, Istati Rudatin, Sutini dan Adriyantopo
11. Seksi kebersihan: Rafi Anggara Putra, Tauzan Sayoga Restu Putra, Masduki, Yoga Eri Pratama, Tugiyono dan Isnaini Khoirunisa
12. Seksi keamanan: Ilham Jaya Kusuma, Rian Sanjaya dan Risang Purbo Leloito

E. Fasilitas-Fasilitas Di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring menawarkan dan menyediakan berbagai fasilitas bagi para pelanggannya dengan tujuan agar para pelanggan mendapatkan kenyamanan dan keamanan saat berkunjung ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring. Adapun beberapa fasilitas dari Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yang dapat di gunakan adalah sebagai berikut:

1. Tempat Parkir

Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring mempunyai lahan parkir yang cukup terbatas dan bisa digunakan para pelanggan untuk memarkirkan kendaraan. Dan juga terdapat tukang parkir yang selalu menjaga keamanan kendaraan.

2. Toilet

Memiliki toilet yang bersih dan terawat untuk kenyamanan para pelanggan.

3. Mushola

Sebagai tempat ibadah bagi pelanggan maupun pelapak yang beragama muslim.

4. Gasebo

Sebagai tempat untuk bersantai dan menikmati makanan maupun minuman.

5. Musik

Sebagai hiburan bagi para pelanggan dalam mencairkan suasana, bersantai dan juga sebagai daya tarik.

6. Pendopo

Sebagai tempat untuk berkumpul pelanggan dalam jumlah yang lebih banyak, untuk bersantai dan juga untuk menikmati makanan maupun minuman.

F. Jumlah Pelapak Di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring mempunyai 10 pelapak yang terdiri dari 8 pelapak yang menjual produk makanan dan 2 pelapak yang menjual produk minuman. Para pelapak mempunyai nama masing-masing untuk tempat mereka berjualan dengan tujuan untuk membedakan antara satu pelapak dengan pelapak yang lain dan untuk mempermudah para pelanggan

dalam mencari produk yang mereka inginkan. Dapat dilihat dibawah ini, nama-nama tempat berjualan yang digunakan pelapak di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

1. Cangkir Pruthul
2. Soto Mbah Bejo
3. Dawet Pakde Midro Mbah Joyo
4. Pecel Kembang Turi Bu Puji
5. Bakso Pak Masdugi
6. Bubur Krecek Mbah Kaji
7. Gudeg Bu Marjilah
8. Lopis Mbah Tatik
9. Jajanan Pasar Mbak Tini
10. Jadah Tempe Mbah Pringgo

BAB III
PEMBAHASAN
STRATEGI BAURAN PEMASARAN DI PASAR JADOEL LEMBAH SI
CANGKRING JAMBEGAN BANYUREJO TEMPEL SLEMAN
YOGYAKARTA

Pada bab ini akan diberikan pemaparan mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan pada tanggal 21 Februari sampai dengan 20 April 2022 dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti saat melakukan penelitian di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring Jambegan Banyurejo Tempel Sleman Yogyakarta. Penjelasan yang diberikan merupakan penjabaran dari rumusan masalah yang ada.

Bentuk pembahasan yang akan diberikan merupakan kajian tentang teori bauran pemasaran 7p. Pemaparan secara mendalam diberikan dari data yang telah diperoleh peneliti selama penelitian berlangsung. Adapun kebenaran akan data yang diperoleh dapat diketahui dari bukti fisik dalam lampiran (data terlampir).

Bauran Pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang bisa dikendalikan atau juga dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan oleh pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri atas segala sesuatu yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya.⁵³

Bauran pemasaran menurut McCarthy dan Perreault ada empat variabel dalam suatu aktivitas pemasaran yang dapat mempengaruhi pasar untuk membeli produk perusahaan. Keempat variabel dinyatakan oleh McCarthy sebagai 4P yang terdiri dari: produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan distribusi

⁵³ Kotler P dan Armstrong, G, Dasar-dasar Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 48.

(place).⁵⁴ Akan tetapi, dalam pemasaran jasa ada elemen-elemen lain yang bisa dikontrol dan dikoordinasikan untuk keperluan komunikasi dan untuk memuaskan konsumen jasa. Elemen-elemen tersebut adalah orang (people or participants), bukti fisik (physical evidence), dan proses (*process*). Keputusan mengenai setiap unsur bauran pemasaran ini saling berkaitan satu sama lain agar tujuan pemasaran yang telah ditetapkan dapat tercapai secara maksimal.

Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring adalah salah dari sekian banyak tempat usaha yang bergerak dalam bidang kuliner yang terdiri dari produk, harga, distribusi, promosi, orang, bukti fisik dan proses sebagai *marketing tools* nya. Karena setiap unsur bauran pemasaran ini saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Pembahasan mengenai strategi bauran pemasaran di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring Tempel Sleman Yogyakarta, dijelaskan beserta analisisnya sebagai berikut.

A. Produk (*Product*)

Produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu dipahami dalam produk ialah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut "*the offer*".⁵⁵ Selain itu produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk

⁵⁴ Ismail Solihin, Pengantar Bisnis, (Jakarta: Erlangga, 2014), hlm. 179.

⁵⁵ Rambat Lupiyoadi, Pemasaran Jasa, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hlm. 4.4.

mampu berupa manfaat *tangible* maupun *intangibile* yang bisa memuaskan pelanggan.⁵⁶ Produk Pasar Jadoel Lemah Si Cangkring merupakan wisata kuliner, yaitu produk yang mengangkat konsep pasar rakyat dengan menawarkan makanan dan minuman tradisional jawa tempo dulu. Sebagaimana halnya dari hasil wawancara peneliti dengan pengelola bapak AD sebagai berikut:

“Kita fokuskan pada produk-produk tempo dulu atau jadul. Produk yang tidak bisa ditemui disembarang tempat, seperti bubur, pecel kembang turi, kue cucur, lopis, gatot dan tiwul. Untuk minuman yang kita tawarkan ada wedang bajigur wedang uwuh es jadoel”.⁵⁷

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pengelola berkeinginan atau fokus untuk mengangkat dan menawarkan produk tradisional tempo dulu. Peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu WD selaku pelapak sebagai berikut:

“Makanan dan minuman jadul tempo dulu seperti Bubur jawa, sego wiwit, gudeg, jadah tempe, wajik, cemplon, cucur, wedang uwuh, wedang bajigur, gula jawa sereh yang mana produknya dibuat atau diproduksi dari masing-masing pelapak itu sendiri (*home made*)”.⁵⁸

Pada wawancara diatas dapat dianalisis bahwa pelapak dalam menentukan produk memiliki tujuan yang sama dengan pengelola yaitu ingin mengangkat produk makanan dan minuman tradisional dulu tempo dulu. Hal ini juga diungkapkan oleh salah satu pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan pelanggan:

⁵⁶ Tjiptono Fandy, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 1997), hlm. 95.

⁵⁷ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 12.30 WIB

⁵⁸ Wawancara dengan ibu WD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 13.00 WIB

“Iya, karena disini menjual produk-produk tradisional seperti kue cenil, soto, olahan singkong, minuman tradisional. Itulah yang membuat saya tertarik datang. Selain itu, saya juga mencari tempat-tempat yang berbeda seperti konsepnya di alam dan menunya tradisional”.⁵⁹

Dari hasil wawancara diatas, dapat dianalisis bahwa, pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sangat tertarik dengan produk yang ditawarkan dan ingin mencari tempat wisata dengan konsep alam yang berbeda dengan lainnya.

Implmentasi pada produk Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring termuat dalam tiga unsur sebagai berikut:

1. Merek dagang (*Brand*)

Merek adalah suatu nama, istilah, tanda, atau lambang dan kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasikan (barang atau jasa) dari seorang penjual atau kelompok penjual dan yang membedakannya dari produk pesaing. Penentuan merek dagang dari produk yang dipasarkan adalah sebuah teknik dari kebijakan produk yang mendasari strategi pemasaran. Karena hendaklah merek dagang itu mudah diingat, mudah dibaca, dan didengar.⁶⁰ Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring merupakan merek yang digunakan dalam usaha kuliner dengan tujuan untuk mengenalkan tempat usahanya yang bergerak dalam bidang kuliner. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring diambil karena pengelola memiliki keinginan bersama untuk mengangkat nama tersebut

⁵⁹ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

⁶⁰ Sofian Assauri, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 24.

agar bisa dikenal semua orang. Sebagaimana halnya dari hasil wawancara peneliti dengan pengelola bapak AD sebagai berikut:

“Kita bersama-sama dari pengelola, ketika ada produk yang akan ditawarkan atau dijual maka kemasannya itu labelnya harus Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, karena kita ingin mengangkat nama Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan tidak menentukan sendiri-sendiri”.⁶¹

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pengelola mempunyai kesepakatan bersama tentang produk-produk yang ditawarkan harus berlabel Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring. Peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu SP selaku pelapak sebagai berikut:

“Dari awal yang menentukan dari pengelola dan sudah dipatenkan sampai sekarang. Karena disini ingin menonjolkan produk makanan maupun minuman tempo dulu, agar makanan dan minuman tidak hilang termakan zaman”.⁶²

Berdasarkan wawancara diatas dapat dianalisis bahwa para pelapak mengikuti merek dagang yang sudah ditentukan oleh pengelola dan mempunyai harapan agar produk jadul tempo dulu bisa terus dilestarikan. Hal tersebut peneliti perkuat dengan melakukan wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan pelanggan:

“Iya, karena saya suka atau tertarik dengan produk tradisional, karena ingin mencari sesuatu yang berbeda atau yang jarang saya temui”.⁶³

⁶¹ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 12.30 WIB

⁶² Wawancara dengan ibu SP selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.05 WIB

⁶³ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

Dari hasil wawancara diatas, dapat dianalisis bahwa pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring tertarik dengan pemilihan merek dagang yang digunakan karena berbeda dan jarang ditemui ditempat lain.

2. Kemasan (*Packaging*)

Secara tradisional kemasan memiliki fungsi sebagai tempat penyimpanan atau perlindungan suatu produk.⁶⁴ Banyak kecenderungan kemasan berubah fungsi yang disebabkan semakin banyaknya tempat penjualannya yang bersifat swalayan (supermarket, minimarket) maupun semakin banyaknya konsumen yang cenderung membuat keputusan untuk membeli suatu produk di lokasi penjualan.⁶⁵ Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring mempunyai pengemasan produk yang unik dan menarik dengan mengangkat konsep tradisional. Sebagaimana halnya dari hasil wawancara peneliti dengan pengelola bapak EPS sebagai berikut:

”Kita masih berupaya agar konsep tradisional bisa diterapkan pada setiap pengemasan produk, namun karena adanya keterbatasan dana maka masih ada produk yang dikemas menggunakan plastik atau kemasan modern”.⁶⁶

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pengelola masih berupaya untuk mengimplementasikan konsep tradisional pada pengemasan produk yang mereka tawarkan. Sama halnya dari hasil

⁶⁴ Laksana Fajar, Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 82.

⁶⁵ Morrison, Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), hlm. 77-78.

⁶⁶ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

wawancara yang peneliti lakukan dengan dengan ibu WD selaku sebagai berikut:

“Karena kita mengangkat konsep pasar jadoel maka pengemasanya dari bahan alami seperti daun pisang. Tapi juga dilihat dari produknya, jika tidak bisa menggunakan daun maka dari para pelapak menggunakan plastik atau bahan-bahan modern untuk pengemasannya”.⁶⁷

Berdasarkan wawancara diatas, dapat dianalisis bahwa para pelapak belum menerapkan konsep tradisional secara maksimal pada pengemasan produk yang mereka jual. Hal tersebut peneliti perkuat dengan melakukan wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan pelanggan:

“Belum atau biasa saja, karena untuk pengemasan disini masih sama dengan tempat lain yang biasa saya temui. Selain itu untuk pengemasannya belum bisa mengangkat kesan jadul secara baik atau maksimal”.⁶⁸

“Kalau untuk pengemasannya tidak menarik ya, malah yang menarik itu makanannya. Tapi secara kemasan ramah lingkungan”.⁶⁹

Dari hasil wawancara diatas, dapat dianalisis bahwa pengemasan produk yang dilakukan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring belum menarik karena konsep tradisional yang ditonjolkan belum baik atau maksimal.

3. Kualitas Produk

⁶⁷ Wawancara dengan ibu WD selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 13.00 WIB

⁶⁸ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

⁶⁹ Wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.03 WIB

Kualitas produk adalah hal yang perlu mendapat perhatian utama dari produsen/perusahaan, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, kualitas harus dipilih dengan mempertimbangkan pasar sasaran dari segmen tertentu dan strategi para pesaing lainnya.⁷⁰ Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring memiliki cara yang berbeda dengan tempat wisata lain dalam menjaga kualitas produk yang mereka ditawarkan agar dapat memuaskan pelanggan. Sebagaimana hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak EPS selaku pengelola sebagai berikut:

“Kualitas selalu kita jaga dengan memberikan penilaian untuk setiap produk yang akan dijual oleh para pelapak, yang mana kita ada team untuk melakukan penilaian”.⁷¹

Dari hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa pengelola membuat team untuk menilai produk yang mereka tawarkan agar kualitas produknya selalu terjaga. Selaras dengan apa yang dikatakan oleh pengelola, peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu WD selaku pelapak sebagai berikut:

“Kami diminta memberikan taster produk makanan yang akan dijual kepada pengelola, jika sudah layak maka produk bisa dijual di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring”.⁷²

⁷⁰ Deliyanti Oentoro, Manajemen pemasaran Modern, (Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2012), hlm.129.

⁷¹ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

⁷² Wawancara dengan ibu WD selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 13.00 WIB

Berdasarkan hasil wawancara diatas, dapat dianalisis bahwa pelapak dalam menjaga kualitas produk yaitu dengan memberikan taster produk mereka masing-masing kepada pengelola. Peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dengan tujuan untuk memperkuat data, berikut adalah hasil wawancara peneliti dengan bapak DS selaku pelanggan:

“Untuk kualitas produknya sudah baik, dari rasa oke, enak kemudian penyajiannya higienis terus kesan tradisionalnya kena”.⁷³

Dari hasil wawancara diatas, dapat dianalisis bahwa kualitas produk yang tawarkan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sudah baik dari cita rasanya enak dan penyajiannya higienis.

B. Harga (*Price*)

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.⁷⁴ Dalam bauran pemasaran harga menentukan pendapatan dari suatu usaha atau bisnis. Keputusan untuk menentukan tarif dari sebuah produk jasa baru, harus memperhatikan beberapa hal, seperti penentuan harga harus selaras dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Selain itu, tarif spesifik yang akan ditetapkan akan bergantung pada pola pelanggan yang menjadi tujuan pasar jasa tersebut. Sebagaimana

⁷³ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

⁷⁴ Rambat Lupiyoadi, Pemasaran Jasa, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hlm. 4.19.

hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak EPS selaku pengelola sebagai berikut:

“Kita membuat kisaran harga maksimal Rp. 5000 untuk setiap produk dan kita mempunyai moto “murah dan nganggeni”, jadi kita dalam membuat harga berusaha untuk semurah mungkin dan kita biasa keliling ketempat wisata lain dan dengan harga yang kita tawarkan itu sudah mampu bersaing dengan tempat wisata lain, karena harga di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sudah paling murah”.⁷⁵

Hal ini juga ditegaskan dari hasil wawancara dengan ibu SP selaku pelapak mengenai penetapan harga di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yaitu sebagai berikut:

“Pelapak membuat harga sendiri-sendiri, berdasarkan harga bahan-bahan yang kami beli dipasar dan juga mengikuti aturan atau kisaran harga yang diberikan oleh pengelola dan sudah bisa bersaing, karena ada pengunjung yang kaget saat membayar. Membeli makanan dan minuman banyak tapi habisnya cuma segini atau tidak menghabiskan banyak uang. Selain itu ada tempat wisata watu jagal yang menawarkan harga untuk produknya lebih tinggi dari pada yang kami tawarkan disini”.⁷⁶

Dari hasil kedua wawancara diatas dapat dianalisis bahwa pengelola dan pelapak dalam menetapkan harga produk berusaha untuk menawarkan harga semurah mungkin sesuai dengan moto “murah dan nganggeni”, mengikuti harga bahan-bahan dipasar dan harga yang ditawarkan sudah mampu bersaing dengan tempat wisata lain. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring menawarkan berbagai produk dan juga harga yang beragam atau bervariasi agar dapat menarik para pelanggan untuk datang dan membeli sebagai berikut:

⁷⁵ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

⁷⁶ Wawancara dengan ibu SP selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.05 WIB

Tabel 3. 1.

Pelapak Soto Mbah Bejo

Daftar Menu		
1	Soto	Rp. 5000
2	Sate Jamur	Rp. 1500
3	Telur Puyuh	Rp. 2500
4	Sate Usus	Rp. 1500
5	Ati Ampela	Rp. 2000
6	Bergedel	Rp. 1500
7	Tempe dan Tahu Goreng	Rp. 1000
8	Tahu dan Tahu Bacem	Rp. 2000
9	Tahu Mercon	Rp. 1000
10	Risol Mayo	Rp. 2500
11	Lumpiya Jamur dan Rebung	Rp. 2000

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 2.

Pelapak Bubur Krecek Mbah Kaji

Daftar Menu		
1	Bubur Krecek (Bubur, krecek, sayur dan telur)	Rp. 5000 - Rp. 7000
2	Nasi Megono	Rp. 6000

3	Gudeg	Rp. 10.000 – Rp. 12.000
4	Nasi Bebek	Rp. 15.000

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 3.

Pelapak Dawet Pakde Midro Mbah Joyo

Daftar Menu		
1	Dawet	Rp. 3000
2	Jenang Sumsum	Rp. 3000
3	Tempe Bengok dan Koro	Rp. 2000

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 4.

Pelapak Pecel Kembang Turi Bu Puji

Daftar Menu		
1	Pecel Kembang Turi	Rp. 6000
2	Cucur	Rp. 1000
3	Getuk Goreng	Rp. 1000
4	Combrow	Rp. 1000
5	Cemplon	Rp. 1000
6	Bakwan	Rp.1000
7	Burger	Rp. 4000 – Rp. 5000
8	Donat	Rp. 2000 – Rp. 2500

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 5.

Pelapak Bakso Pak Masdugi

Daftar Menu		
1	Bakso Kuah	Rp. 5000
2	Bakso Tusuk	Rp. 5000

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 6.

Pelapak Cangkir Pruthul

Daftar Menu		
1	Wedang Uwuh	Rp. 5000
2	Wedang Bajigur	Rp. 3000
3	Sekoteng	Rp. 5000
4	Bandrek	Rp. 5000
5	Wedang Sereh Gula Jawa	Rp. 5000
6	Es Jadoel	Rp. 5000
7	Kopi	Rp. 5000
8	Teh Manis	Rp. 3500
9	Teh Tawar	Rp. 2000
10	Jeruk Panas	Rp. 3500
11	Es Jeruk	Rp. 3500
12	Teh Gula Batu	Rp. 4000
13	Lemon Tea	Rp. 4000

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 7.

Pelapak Gudeg Bu Marjilah

Daftar Menu		
1	Nasi Gudek + Ayam	Rp. 10.000
2	Nasi Gudek + Telur	Rp. 7000
3	Nasi Wiwit + Ayam	Rp. 10.000
4	Nasi Wiwit + Telur	Rp. 7000
5	Nasi Rames + Ayam	Rp. 10.000
6	Nasi Rames + Telur	Rp. 7000
7	Nasi Rame + Lele	Rp. 10.000

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 8.

Pelapak Lopis Mbah Tatik

Daftar Menu		
1	Kue Lopis, cenil, gatot, tiwul, klepon dan ketan hitam.	Rp. 5000
2	Tempe Goreng	Rp. 1000
3	Tahu Goreng	Rp. 1000
4	Lumpia	Rp. 1000
5	Geblek	Rp. 2000

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 9.

Pelapak Jajanan Pasar Mbak Tini

Daftar Menu		
1	Ketan Serundeng	Rp. 3000
2	Getuk	Rp. 1500
3	Glayam	Rp. 3000
4	Tawonan	Rp. 1500
5	Slondok	Rp. 6000
6	Peyek	Rp. 3000
7	Nasi Kuning	Rp. 3000
8	Tahu Walik	Rp. 5000
9	Pangsit Goreng	Rp. 5000
10	Siomay	Rp. 5000
11	Salad Buah	Rp. 5000
12	Jasuke	Rp. 5000
13	Bakso Goreng	Rp. 6000
14	Krupuk Opak	Rp. 5000
15	Cireng	Rp. 5000
16	Kripik Pegagan	Rp. 6000
17	Singkong Keju	Rp. 5000
18	Tape Ketan	Rp. 3000
19	Ager-ager	Rp. 1000

20	Ayam Bakar	Rp. 6000
----	------------	----------

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Tabel 3. 10.

Pelapak Jadah Tempe Mbah Pringgo

Daftar Menu		
1	Jadah	Rp. 1000
2	Wajik	Rp. 1000
3	Tempe dan Tahu Bacem	Rp. 1000

Sumber: wawancara dengan bapak AD selaku pengelola

Selaras dengan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pengelola dan juga pelapak. Peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dengan tujuan untuk memperkuat data dan hasilnya sebagai berikut:

“Untuk harga segini yang ditawarkan, bagi saya sudah cukup. karena kalau lebih murah takutnya dari pelapak tidak bisa untung. Misalnya makanan soto dengan harga Rp. 5000 itu kan sudah jarang ditemui”.⁷⁷

Hal tersebut diatas, peneliti ditegaskan dari hasil wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan yang datang mengenai harga yang ditawarkan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yaitu sebagai berikut:

“Untuk harga yang ditawarkan sudah baik, dalam artian sudah lebih murah dibanding tempat lain dan terjangkau untuk semua kalangan yang ingin datang dan membeli”.⁷⁸

⁷⁷ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

⁷⁸ Wawancara dengan bapak CAP selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.03 WIB

Berdasarkan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan kedua pelanggan diatas, dapat disimpulkan bahwa harga yang dibuat dan yang ditawarkan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sudah sangat murah dan sangat menarik bagi pelanggan yang datang.

C. Distribusi (*Place*)

Dalam suatu usaha atau bisnis untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dibidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Saluran pemasaran atau saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknnya dari produsen ke konsumen.⁷⁹

Pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring menetapkan lokasi untuk kegiatan usahanya yang berada di Kabupaten Sleman dengan memberikan kemudahan dalam menjalankan dan mengembangkan berbagai kegiatan pemasaran. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring terletak di jln. Bligo, Ngluwar, Jambeyan, Banyurejo, Tempel, Sleman, yang mana lokasi Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yang berada di pinggir jalan raya dan dekat dengan jalan perbatasan Jogja-Magelang, sehingga pelanggan yang ingin mencari informasi tentang lokasi wisata ini, bisa dengan mudah menemukan tempat ini. Hal ini disampaikan oleh bapak DS selaku pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

⁷⁹ Laksana Fajar, Manajemen Pemasaran, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 123.

“Untuk tempatnya sudah strategis karena ini kan letaknya dipinggir jalan utama dan tadi pas saya kesini menggunakan google map untuk petunjuk dan tempatnya langsung bisa ketemu”.⁸⁰

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh mbak CAP selaku pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

“Sudah strategis karena ini berada di jalan perbatasan Jogja-Magelang, jadi banyak orang yang lewat sini. Temanku pernah lewat jalan sini dan mampir”.⁸¹

Seperti yang telah disampaikan oleh pelanggan diatas, peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu IRS selaku pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dengan tujuan untuk memperkuat data. Dan hasil wawancara peneliti dengan ibu IRS adalah sebagai berikut:

“Sudah strategis, ini kan dekat jalan raya jadi tempat ini mudah dicari. Untuk akses jalan menuju kesini juga mudah karena saya tidak bingung atau tidak kesasar”.⁸²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diatas, peneliti dapat menganalisis bahwa lokasi yang dipilih oleh pengelola sudah strategis untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya, karena akses jalan yang mudah dan lokasinya yang mudah untuk ditemukan oleh para pelanggan.

1. Pelanggan mendatangi perusahaan.

Apabila keadaanya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan atau bisnis sebaiknya memilih tempat dengan pelanggan sehingga mudah dijangkau maupun diakses. Pasar Jadoel Lembah Si

⁸⁰ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

⁸¹ Wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.03 WIB

⁸² Wawancara dengan ibu IRS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 08.44 WIB

Cangkring memberikan kemudahan untuk melakukan berbagai akses dalam mendistribusikan produk usahanya. Sehubungan dengan saluran distribusi maka Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring harus dapat memilih saluran yang tepat untuk menyampaikan produknya, sebab akan mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang. Peneliti melakukan wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola sebagai berikut:

“Para pelanggan datang langsung ke pasar jadoel lembah si cangkring dalam bertransaksi atau jual-beli, karena kami ingin tempat ini juga bisa terkenal, selain produk yang kami tawarkan”.⁸³

Hal yang sama juga disampaikan oleh ibu WA selaku pelapak yang berjualan di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

“Secara langsung konsumen datang ke pasar jadoel lembah si cangkring dan para pelapak melayani ditempat”.⁸⁴

Seperti yang telah disampaikan oleh pengelola dan juga pelapak diatas, peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu IRS selaku pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring untuk memperkuat data. Dan hasil wawancara peneliti dengan pelanggan adalah sebagai berikut:

“Iya, karena suasana alamnya masih asri, sejuk dan tempatnya berada dipinggir kali, jadi kita bisa melihat pemandangan sungai dengan airnya yang mengalir. Alasan inilah yang membuat saya tertarik untuk datang langsung kesini”.⁸⁵

⁸³ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

⁸⁴ Wawancara dengan ibu WD selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 13.00 WIB

⁸⁵ Wawancara dengan bapak IRS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 08.44 WIB

Hasil dari wawancara diatas dapat dianalisis bahwa Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring melakukan pendistribusian produk dengan pertimbangan yang matang kepada para pelanggan. Dengan menawarkan suasana alamnya yang masih asri, sejuk dan tempatnya yang berada dipinggir sungai krasak, hal inilah yang menjadi daya tarik yang diberikan tempat wisata ini kepada para pelanggan.

2. Pemberi jasa mendatangi pelanggan.

Dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa yang harus berkualitas.

3. Pemberi jasa dan pelanggan tidak bertemu secara langsung.

Ini berarti berinteraksi melalui sarana seperti telepon, komputer, dan surat. Lokasi menjadi tidak penting selama komunikasi kedua belah pihak dapat terlaksana.

D. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.⁸⁶

Berbagai perangkat komunikasi yang di gunakan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring untuk kegiatan promosi agar dapat menyampaikan pesan tentang

⁸⁶ Rambat Lupiyoadi, Pemasaran Jasa, (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hlm. 4.32-4.37.

produk wisata kuliner kepada pelanggan menggunakan beberapa cara bauran promosi, sebagaimana hasil penelitian dan hasil analisisnya sebagai berikut:

1. Periklanan

Salah satu bentuk dari komunikasi impersonal yang digunakan perusahaan barang maupun jasa. Ada beberapa pilihan media yang dapat digunakan untuk melakukan pengiklanan yaitu televisi, radio, surat kabar, majalah, dan poster. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring melakukan promosi dengan cara iklan, sebagaimana hasil wawancara dengan bapak AD selaku pengelola sebagai berikut:

“Kita pasang banner, spanduk di jalan-jalan, terus kita pernah diwawancarai oleh wartawan Kompas yang mana hasil wawancara dibuat sebuah artikel tentang Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yang dimuat di website Kompas. Selain itu, tempat wisata ini juga dimuat di Kompasiana, Tribunnews, Krjogja, Kampus UNRIYO dan lain-lainnya”⁸⁷.

2. *Personal selling*

Peranan yang penting dalam pemasaran jasa karena interaksi secara personal antara penyedia jasa dan pelanggan sangat penting, jasa tersebut disediakan oleh orang bukan mesin dan orang merupakan bagian dari produk jasa.

3. *Sales Promotion*

Kegiatan yang dimaksudkan untuk meningkatkan arus barang atau jasa dari produsen sampai pada penjualan akhirnya.

⁸⁷ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 13 April 2022 pukul. 11.10 WIB

4. *Public relation*

Kiat pemasaran penting lainnya, di mana perusahaan tidak harus berhubungan dengan pelanggan, pemasok dan penyalur, tetapi ia juga harus berhubungan dengan kumpulan kepentingan publik yang lebih besar. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring melakukan promosi dengan cara public relation, sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan bapak AD selaku pengelola sebagai berikut:

“Kepedulian dari pemerintahan tingkat Padukuhan Jambeyan, Kalurahan Banyurejo, Kecamatan dan juga Kabupaten. Selain itu dari kalangan komunitas pesepeda (gowes) yang datang dan menggunakan tempat ini untuk menggelar acara mereka”.⁸⁸

5. *Word of mounth*

Dalam hal ini peranan orang sangat penting dalam mempromosikan jasa. Pelanggan sangat dekat dengan pengiriman jasa, dengan kata lain pelanggan tersebut akan berbicara dengan pelanggan lain yang berpotensi tentang pengalamannya dalam menerima jasa. Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring melakukan promosi dan kegiatan promosi dari mulut ke mulut, sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan ibu SP selaku pelapak sebagai berikut:

“Promosi dari mulut ke mulut itu biasanya kita lakukan pas ada perkumpulan atau ada kegiatan-kegiatan. Jadi selain kita menghadiri kegiatan tersebut kita juga menggunakan forum tersebut untuk memberi tahu orang tentang wisata kuliner ini”.⁸⁹

⁸⁸ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 12.30 WIB

⁸⁹ Wawancara dengan ibu SP selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 13 April 2022 pukul. 11.10 WIB

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dianalisis bahwa kegiatan promosi menggunakan metode informasi dari mulut ke mulut yang dilakukan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring mempunyai peranan penting dalam hal strategi pemasaran. Hal ini juga ditegaskan dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan ibu IRS selaku pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

“Saya mengetahui tempat ini dari teman atau dari mulut ke mulut. Teman saya menyarankan untuk datang kesini dan mencoba makanan disini, dan ternyata saya suka”.⁹⁰

Dari beberapa strategi promosi yang diterapkan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring yang berpengaruh dalam memasarkan produknya dan untuk menarik para pelanggan adalah word of mouth. Hal ini juga disampaikan oleh bapak AD selaku pengelola sebagai berikut:

“Kalau dari pengunjung, kebanyakan mereka tahu tempat ini dari mulut ke mulut, seperti yang kami lakukan dari pengelola dan juga pelapak terus pesepeda (gowes) mereka yang sudah pernah datang kesini terus ngajak teman-temannya sesama pesepeda”.⁹¹

Berdasarkan wawancara diatas dapat dianalisis bahwa dari beberapa strategi promosi yang diterapkan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, *word of mouth* merupakan strategi promosi yang paling efektif dan berpengaruh terhadap jumlah pelanggan yang datang.

⁹⁰ Wawancara dengan ibu IRS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 08.44 WIB

⁹¹ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 13 April 2022 pukul. 11.10 WIB

6. Direct marketing

Elemen terakhir dalam bauran komunikasi atau promosi. Terdapat beberapa area direct marketing antara lain: *direct mail*, *mail order*, *direct reponse*, *direct selling*, *telemarketing* dan *digital marketing*.

Gambar 3. 1.

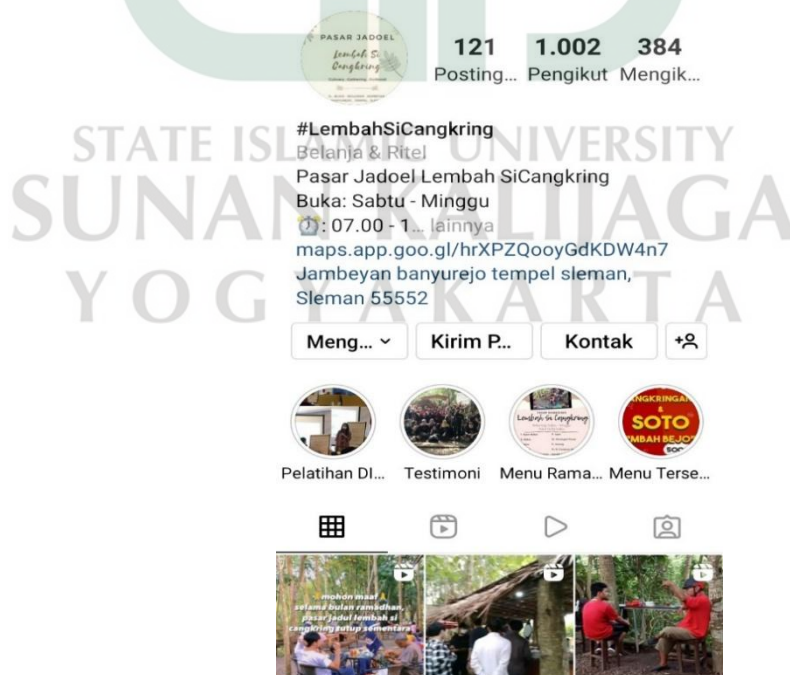
Promosi Facebook Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring



Sumber: Facebook Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Gambar 3. 2.

Promosi Instagram Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring



Sumber: Instagram Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring

Pengelola menggunakan strategi pemasaran langsung dalam mempromosikan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring kepada para pelanggannya, sebagaimana yang disampaikan oleh pengelola sebagai berikut:

“kita menggunakan media cetak dan juga media sosial seperti instagram, facebook dan website. Namun untuk website masih dalam proses”.⁹²

Dari hasil wawancara diatas, peneliti dapat menganalisis bahwa, dengan menggunakan promosi melalui direct marketing ini ada banyak pasar potensial dan peluang untuk Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring menjangkau tujuan pasar seluas-luasnya dari instagram dan facebook. Peneliti juga menanyakan tentang faktor yang menghambat kegiatan promosi kepada bapak EPS selaku pengelola dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Sumber daya manusia yang kita miliki belum siap dan juga terbatas, selain itu anggaran yang kita miliki sedikit”.⁹³

Dari hasil wawancara diatas peneliti dapat menganalisis bahwa pengelola dalam melaksanakan promosi melalui media sosial mengalami beberapa kendala seperti sumber daya manusia yang belum siap dan terbatas. Selain itu anggaran yang dimiliki juga sedikit. Peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan, tentang dari mana anda mengetahui Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

⁹² Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 12.30 WIB

⁹³ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

“Dari sosial media yaitu instagram, saya kan dari kota solo jadi saya tahu tempat wisata ini dari sosial media tersebut”.⁹⁴

Peneliti juga menanyakan tentang apakah promosi yang dilakukan sudah efektif atau perlu ditingkatkan kepada mbak CAP selaku pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Belum efektif, karena kalau saya lihat misalnya dari instagram, postingannya itu belum secara rutin atau masih kadang-kadang. Jadi saya kira itu bisa lebih diperbaiki untuk pengelolaannya”.⁹⁵

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pelanggan diatas dapat dianalisis bahwa strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh pengelola cukup baik dalam memberikan informasi tentang Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring. Namun untuk pengelolaannya masih perlu ditingkatkan agar lebih baik.

E. Orang (*People*)

Orang adalah semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Selain itu orang diartikan setiap dan semua orang yang memainkan suatu peran dalam waktu-riil jasa (selama berlangsungnya proses dan komunikasi jasa berlangsung).⁹⁶ Jadi dapat disimpulkan yang termasuk disini adalah semua karyawan maupun konsumen.

Peranan orang (*people*) dalam pemasaran produk Pasar Jadoel Lembah Si

⁹⁴ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

⁹⁵ Wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.03 WIB

⁹⁶ Yazid, Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi, (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), hlm.

Cangkring merupakan aspek yang sangat penting untuk menarik minat dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak AD selaku pengelola sebagai berikut:

“Untuk jumlah pelapak di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring ada 10 orang yang terdiri dari 8 pelapak yang menjual makanan dan 2 pelapak yang menjual minuman. Pelayanan yang kami diberikan juga sudah baik dari tidak adanya komplain dari para pengunjung atau konsumen. Kami juga pernah mengikuti pelatihan yang diadakan oleh dinas pariwisata kabupaten Sleman tentang manajemen pengelolaan wisata”.⁹⁷

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh bapak EPS selaku pengelola, berkaitan dengan pelayanan yang diberikan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancara sebagai berikut:

“Sudah baik, karena pelapak dalam memberikan pelayanan itu dengan ramah, sopan, dan juga cepat. Tapi dalam kondisi ramai pelanggan terkadang terjadi itu pesannya terlambat datang namun hal itu bisa dimaklumi oleh para pelanggan”.⁹⁸

Hasil data wawancara diatas, peneliti perkuat dengan melakukan wawancara dengan ibu SP selaku pelapak mengenai pelayanan yang diberikan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

“Baik dan juga dari para pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang kami berikan”.⁹⁹

Selaras dengan apa yang disampaikan oleh salah satu pelapak diatas, peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu WD selaku pelapak yang

⁹⁷ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 12.30 WIB

⁹⁸ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

⁹⁹ Wawancara dengan ibu SP selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.05 WIB

berjualan di Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Sampai saat ini, pelayanan yang kami berikan baik pelanggan yang datang cukup puas. Kami memberikan pelayanan dengan ramah dan sopan, namun dalam kondisi ramai terkadang kami kurang cepat karena keterbatasan SDM tapi hal tersebut masih bisa dimaklumi oleh para pelanggan”.¹⁰⁰

Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan pengelola dan pelapak dapat dianalisis bahwa Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sudah memberikan pelayanan dengan sangat baik dengan mempertimbangkan peran orang (people) dari para pelapak dalam memberikan pelayanan dengan cara sopan, ramah dan cepat agar memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada pelanggan. Selain itu, mengikuti pelatihan yang diadakan oleh Dinas Pariwisata agar dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia (pengelola dan pelapak). Untuk memperkuat data, peneliti juga melakukan wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

“Untuk pelayanan yang diberikan sudah baik dari penjualnya ramah, kami juga tidak perlu menunggu lama sampai pesanan kami datang”.¹⁰¹

Peneliti juga menanyakan tentang apakah yang harus ditingkatkan dalam hal pelayanan di wisata kuliner Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Menurut saya dari para pelapak yang berjualan belum menonjolkan konsep jadoelnya dari cara mereka berpakaian. Jadi saya kira ini perlu

¹⁰⁰ Wawancara dengan ibu WD selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 13.00 WIB

¹⁰¹ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

diperhatikan agar tempat wisata ini dapat memberikan pelayanan menarik berbeda dengan wisata lain”.¹⁰²

Selaras dengan apa yang telah disampaikan oleh pelanggan diatas, peneliti dalam hal ini juga melakukan wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Saya dilayani dengan baik, ramah, dan cepat juga, karena saya kan tipe pelanggan yang kalau dilayani tidak ramah suka protes. Jadi dari pelayanan yang saya dapatkan disini itu sudah baik”.¹⁰³

Peneliti juga menanyakan hal yang sama tentang apakah yang harus ditingkatkan dalam hal pelayanan di wisata kuliner Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Saya kira bisa lebih berinovasi, disini kan namanya pasar jadoel jadi untuk pelayanannya bisa menggunakan seragam atau pakai jawa zaman dulu”.¹⁰⁴

Dari hasil wawancara diatas dapat dianalisis bahwa pelanggan telah mendapatkan pelayanan dengan baik dan juga memuaskan. Akan tetapi perlu diperhatikan bahwa karena Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring mengangkat konsep tradisional, hal ini perlu diterapkan juga dalam hal pelayanan dengan memakai pakaian jawa zaman dulu agar lebih menonjolkan konsep tradisional dan agar lebih menarik para pelanggan.

¹⁰² Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

¹⁰³ Wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.03 WIB

¹⁰⁴ Wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.03 WIB

F. Sarana Fisik (*Physical Evidence*)

Sarana fisik adalah lingkungan fisik dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumennya berinteraksi, setiap komponen tangible memfasilitasi penampilan atau komunikasi jasa.¹⁰⁵ Sarana fisik juga dapat diartikan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak AD selaku pengelola sebagai berikut:

“Untuk fasilitas-fasilitas yang kami sediakan cukup akan tetapi belum lebih atau istimewa karena kami dari pengelola masih perlu penambahan atau perbaikan fasilitas agar lebih baik terutama dalam kondisi hujan. Selain itu, terbatasnya anggaran yang ada sehingga fasilitas-fasilitas yang disediakan belum maksimal”.¹⁰⁶

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh bapak EPS selaku pengelola, berkaitan dengan fasilitas-fasilitas yang disediakan di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancara sebagai berikut:

“Cukup baik, namun fasilitas yang kami sediakan masih banyak yang harus ditambahi maupun di perbaiki apalagi dalam kondisi hujan, fasilitas yang ada belum bisa memberikan kenyamanan yang lebih bagi para konsumen atau pelanggan. Salah satu alasan ya karena anggaran yang kami miliki terbatas”.¹⁰⁷

Berdasarkan data dari hasil wawancara diatas, peneliti perkuat dengan melakukan wawancara dengan ibu SP selaku pelapak mengenai fasilitas-

¹⁰⁵ Yazid, Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi, (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), hlm. 20.

¹⁰⁶ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 12.30 WIB

¹⁰⁷ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

fasilitas yang disediakan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

“Sudah cukup tapi masih perlu penambahan karena kursi yang disediakan baru cukup jadi masih perlu ditambah. Selain itu ada kursi yang perlu diganti tapi belum dilakukan karena terbatasnya anggaran yang ada”.¹⁰⁸

Selaras dengan apa yang disampaikan oleh ibu SP, peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu WD selaku pelapak yang berjualan di Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Sudah bisa memenuhi tapi masih perlu ditingkatkan seperti memperbaiki fasilitas-fasilitas yang ada dan juga perlunya ditambah maupun berinovasi agar fasilitas-fasilitas yang disediakan dapat memberikan kenyamanan bagi para konsumen. Kita juga belum mempunyai lahan parkir yang cukup luas sehingga dalam kondisi ramai pengunjung kendaraan masih parkir dipinggir jalan. Jadi mengganggu lalulintas”.¹⁰⁹

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan pengelola dan pelapak diatas, dapat dianalisis bahwa Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring belum maksimal dalam menyediakan fasilitas-fasilitas untuk para pelanggan karena anggaran yang dimiliki terbatas. Untuk memperkuat data yang berkaitan dengan sarana fisik atau fasilitas-fasilitas yang telah disampaikan oleh pengelola dan pelapak diatas, peneliti juga melakukan wawancara dengan pelanggan yang datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

”Cukup baik, Cuma untuk petunjuk fasilitas bisa di perbaiki karena tadi pas saya mau ke toilet bingung tempatnya dimana, tempat cuci tangan juga bisa diperbanyak dan untuk tempat parkir harus ada yang

¹⁰⁸ Wawancara dengan ibu SP selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.05 WIB

¹⁰⁹ Wawancara dengan ibu WD selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 13.00 WIB

menjaga agar bisa mengarahkan setiap pengunjung yang datang dan juga demi keamanan”.¹¹⁰

“Menurut saya lumayan baik, namun saya kira masih ada fasilitas yang perlu di tambah seperti kursi, meja dan perlunya perbaikan untuk fasilitas yang mengalami kerusakan seperti atap gazebo. Terus tempat parkir yang disediakan kurang luas yang mengakibatkan banyak kendaraan yang parkir dipinggir jalan terutamanya kendaraan roda empat”.¹¹¹

“Cukup baik, karena menurut saya dari fasilitas yang disediakan sudah bisa memberikan kenyamanan bagi para pengunjung. Namun ada beberapa fasilitas yang menurut saya perlu ditambah maupun diperbaiki agar dapat memberikan kesan yang baik seperti tempat parkir, tempat sampah, terus itu kan ada atap gazebo yang copot, akses jalan di area pasar jadoel ini, semuanya kan batu ya. Jadi menurut saya perlu dibuatkan jalan setapak agar para pengunjung tidak kepelet”.¹¹²

Dari hasil wawancara diatas dapat dianalisis bahwa pelanggan menilai bahwa fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring belum baik seperti tempat parkir yang disediakan terbatas, kurangnya petunjuk tempat, perbaikan fasilitas yang seharusnya dilakukan tapi belum dilakukan dan perlunya pengelola untuk berinovasi agar fasilitas-fasilitas yang disediakan dapat memberikan kenyamanan dan tentunya untuk memberikan kesan terbaik kepada pelanggan yang datang.

G. Proses (*Process*)

Proses yaitu semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas dengan nama jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atau operasi jasa. Obyek utama dari pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan dan

¹¹⁰ Wawancara dengan bapak DS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.28 WIB

¹¹¹ Wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.03 WIB

¹¹² Wawancara dengan ibu IRS selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 08.44 WIB

keinginan pasar. Oleh sebab itu, jasa harus didesain proses jasa sampai dengan bagaimana jasa disampaikan. Penyajian jasa aktual akan menentukan tahapan pengalaman konsumen bahkan aliran operasi jasa dapat dijadikan bukti yang dinilai konsumen. Sejumlah jasa mempunyai karakteristik yang sangat kompleks sehingga konsumen harus mengikuti serangkaian tindakan yang rumit dan banyak untuk menyelesaikan proses jasa yang diinginkan. Proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran dikoordinasikan untuk menjamin. Dengan demikian pemasaran harus dilibatkan ketika desain proses jasa dibuat, karena pemasaran juga sering terlibat dalam, atau bertanggung jawab terhadap pengawasan kualitas jasa.¹¹³ Adapun waktu operasional yang telah ditetapkan di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring telah mempertimbangan banyak faktor agar tujuan dan hasil yang diinginkan dapat tercapai atau maksimal. Sebagaimana yang dijelaskan dalam wawancara yang peneliti lakukan dengan bapak EPS selaku pengelola sebagai berikut:

“Kita buka pada hari sabtu dan minggu mulai pukul 07.00 sampai 12.00 siang, karena kita ingin menyasarkan produk kita kepada para wisatawan yang ingin mencari sarapan, para pesepeda (gowes) dan juga rombongan keluarga yang ingin menikmati hari libur kerja atau hari weekend”.¹¹⁴

Peneliti juga menanyakan tentang bagaimana proses pendaftaran yang dilakukan pengelola untuk pelapak yang ingin berjualan di wisata kuliner Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Untuk para pelapak yang ingin berjualan bisa langsung daftar kepada pengelola. Terus nanti di tes untuk produknya dan untuk produknya

¹¹³ Yazid, Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi, (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), hlm. 20.

¹¹⁴ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

tidak boleh sama dengan pelapak yang lain. Untuk saat ini dari hasil kesepakatan bersama untuk para pelapak dikhususkan hanya untuk warga padukuhan jambeyan dengan tujuan agar mampu meningkatkan perekonomian warga setempat. Dan untuk masyarakat diluar padukuhan jambeyan hanya bisa titip produk”.¹¹⁵

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh bapak AD selaku pengelola, berkaitan dengan alur waktu operasional di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancara sebagai berikut:

“Pasar jadoel lembah si cangkring buka pada hari sabtu dan minggu, mulai pukul 07.00 pagi sampai 12.00, agar para pelanggan tidak cepat atau mudah bosan dengan apa yang kita sajikan atau jual dan dari kesepakatan bersama agar pelanggan atau konsumen kangen dan kangen untuk datang”.¹¹⁶

Peneliti juga menanyakan tentang bagaimana proses pendaftaran yang dilakukan pengelola untuk pelapak yang ingin berjualan di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Para pedagang dari orang-orang sekitar yang dari awal gotong-royong ikut mendirikan atau mewujudkan pasar jadoel lembah si cangkring”.¹¹⁷

Berdasarkan hasil data dari wawancara diatas, peneliti perkuat dengan melakukan wawancara dengan ibu SP selaku pelapak mengenai waktu operasional pelayanan di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring sebagai berikut:

“Waktunya pada hari sabtu dan minggu. Mulai pukul 07.00 sampai 12.00, karena biasanya orang-orang menggunakan waktu tersebut

¹¹⁵ Wawancara dengan bapak EPS selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.50 WIB

¹¹⁶ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 12.30 WIB

¹¹⁷ Wawancara dengan bapak AD selaku pengelola Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 12.30 WIB

untuk liburan atau menikmati hari weekend mereka. Dan banyak dari orang-orang yang olahraga sepeda (gowes) yang mampir kesini”.¹¹⁸

Peneliti juga menanyakan tentang bagaimana proses pendaftaran untuk pelapak yang ingin berjualan di Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring dan hasil wawancaranya sebagai berikut:

“Untuk para pelapak yang ingin berjualan di khususkan kepada warga masyarakat padukuhan jambeyan dengan daftar langsung kepada pengelola. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memberdayakan masyarakat padukuhan jambeyan dan juga untuk meningkatkan perekonomian setempat. Dan untuk warga di luar padukuhan jambeyan hanya bisa menitipkan produknya”.¹¹⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola dan pelapak diatas, peneliti dapat menganalisis bahwa pemilihan waktu operasional telah mempertimbangkan beberapa faktor seperti target pelanggan dari para pesepeda dan pelanggan yang ingin mencari sarapan. Selain itu agar para pelanggan tidak mudah bosan untuk datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring. Sedangkan yang berkaitan dengan proses pendaftaran pelapak, dari hasil wawancara diatas dapat dianalisis bahwa untuk pelapak yang ingin berjualan tinggal mendaftarkan diri kepada pengelola. Selain itu pengelola dan pelapak telah sepakat bahwa para pelapak dikhususkan untuk warga padukuhan Jambeyan dengan tujuan agar mampu meningkatkan perekonomian. Peneliti juga melakukan wawancara dengan salah satu pelanggan dengan tujuan untuk memperkuat data, tentang bagaimana pendapat

¹¹⁸ Wawancara dengan ibu SP selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.05 WIB

¹¹⁹ Wawancara dengan ibu SP selaku pelapak Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 26 Maret 2022 pukul. 14.05 WIB

anda mengenai waktu operasional yang ditetapkan oleh Pasar Jadoel Lembah

Si Cangkring dan hasil wawancaranya adalah sebagai berikut:

“Menurut saya, waktu operasional yang telah ditetapkan oleh tempat ini menarik buat saya, karena saya jadi tidak mudah bosan datang kesini. Selain itu, ini kan bukanya hari sabtu dan minggu, jadi kalau pas hari *weekand* itu kalau saya ingin mencari makanan atau minuman untuk sarapan kan bisa kesini”.¹²⁰

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti dapat mengalisis bahwa pemilihan waktu operasional yang ditetapkan oleh pengelola dan pelapak mendapatkan respon yang baik dari karena pelanggan merasa tertarik dan tidak mudah bosan untuk datang ke Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring



¹²⁰ Wawancara dengan mbak CAP selaku pelanggan Pasar Jadoel Lembah Si Cangkring, pada tanggal 27 Maret 2022 pukul. 09.03 WIB