

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan pertumbuhan ekonomi dan perubahan lingkungan yang cepat, mengharuskan pedagang untuk memantau dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Pedagang harus lebih kreatif merancang dan memutuskan strategi pemasaran, karena pemasaran itu sangat penting dalam upaya meningkatkan pendapatan penjualan. Pemasaran juga timbul karena adanya suatu proses kegiatan untuk mengenalkan produk-produknya yang dihasilkan dari suatu pedagang sehingga pedagang tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas dan target dari pedagang dapat tercapai dan berkembang dengan pesat. Keberhasilan usaha dalam mencapai usaha yang telah ditetapkan dipengaruhi oleh pedagang tersebut dalam memilih dan menetapkan strateginya, dimana dalam strategi pemasaran terdapat rencana dan tindakan yang akan membantu dalam mengambil kebijakan pemasaran dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pedagang buah dalam meningkatkan pendapatan di Pasar Perumnas Klender Jakarta Timur. Jenis dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengolahan data dan analisis data dilakukan dengan melakukan empat tahapan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Upaya strategi-strategi pedagang buah khususnya di Pasar Perumnas Klender Jakarta Timur dalam meningkatkan pendapatannya, baik itu dilihat dari kualitas buah yang dijualnya, harga buah yang ditetapkannya, strategi-strategi pedagang dalam mempromosikan buahnya dan bagaimana cara pedagang memilih lokasi yang strategis dalam memasarkan buahnya, dan melakukan promosi dengan cara memanfaatkan media sosial seperti whatsapp dan *e-commerce* yang ada.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Pedagang Buah, Meningkatkan Pendapatan, Pasar Perumnas Klender Jakarta Timur.

ABSTRACT

This research is motivated by rapid economic growth and environmental changes, requiring traders to monitor and adapt to market changes. Traders must be more creative in designing and deciding on marketing strategies, because marketing is very important in increasing sales revenue. Marketing also arises because there is a process of activities to introduce the products produced by a trader so that the trader can be known by the wider community and the target of the trader can be achieved and develop rapidly. The success of the business in achieving the business that has been determined is influenced by the trader in choosing and determining his strategy, where in the marketing strategy there are plans and actions that will help in adopting marketing policies to increase consumer buying interest.

This research aims to determine the marketing strategies of fruit traders in increasing income at the Perumnas Klender Market, East Jakarta. This type of research uses descriptive qualitative research. The data collection methods used are observation, interviews and documentation methods. Data processing and data analysis techniques are carried out by carrying out four stages, namely data collection, data reduction, data presentation and data verification.

The results of the research show that the efforts of fruit traders' strategies, especially at Perumnas Klender Market, East Jakarta, increase their income, both in terms of the quality of the fruit they sell, the prices they set, the traders' strategies in promoting their fruit and how traders choose strategic locations. in marketing the fruit, and carrying out promotions by utilizing social media such as WhatsApp and existing e-commerce.

Keywords :Marketing Strategy, Fruit Traders, Increasing Income, Klender East Jakarta Perumnas Market.