

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan perekonomian suatu negara atau wilayah tidak dapat dipisahkan dari aktivitas perekonomian suatu masyarakat. Perekonomian terdiri dari beberapa sektor komersial, baik formal maupun informal, dengan tujuan untuk memperoleh penghasilan yang layak untuk kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan anggota keluarga. Pilihan masyarakat untuk bekerja di sektor informal dipandang sebagai langkah terbaik dalam menghadapi tekanan perekonomian.

Keadaan perekonomian suatu masyarakat sangat ditentukan oleh tingkat pendapatan, jenis pekerjaan dan jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan sering dijadikan tolak ukur untuk mengukur kesejahteraan masyarakat dan keberhasilan pembangunan ekonomi masyarakat. negara . Setiap orang berusaha bekerja dengan harapan memperoleh pendapatan, semakin tinggi pendapatan maka semakin besar pula kesejahteraan anggota keluarganya dan semakin mampu terpenuhkannya kebutuhan dan keinginannya. Sehingga masyarakat berlomba-lomba untuk meningkatkan tingkat pendapatannya.

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا
بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخُسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ
وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾﴾

sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan;(181) dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.(182) dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;(183). Asy-syu'ara(181-183)¹

Sebagian besar masyarakat Indonesia kesulitan mendapatkan penghasilan di sektor informal karena keterbatasan keterampilan (skill). Sektor informal yang banyak digeluti masyarakat Indonesia adalah pedagang kuliner. Pekerjaan seorang penjaga pedagang dijadikan sebagai pekerjaan utama maupun sebagai pekerjaan sampingan untuk menambah penghasilan. Kewirausahaan yang bergerak di sektor informal mempunyai potensi besar dan berperan penting sebagai penyedia lapangan kerja. Pedagang pangan adalah orang-orang dengan modal relatif kecil yang berusaha memproduksi barang, pangan, dan jasa untuk kebutuhan kelompok sosial tertentu. Usaha ini berlangsung di lokasi yang strategis.

¹Al-Quran Terjemah, Surah Asy-Syu'ara Ayat 181-183

Pilihan masyarakat tersebut karena bekerja di sektor informal, khususnya pedagang kaki lima, tidak memerlukan banyak modal dan keterampilan. Bekerja sebagai pedagang makanan dijadikan sebagai pekerjaan utama maupun sebagai pekerjaan sampingan untuk menambah penghasilan. Keadaan ini menunjukkan bahwa pedagang makanan merupakan salah satu alternatif pekerjaan untuk mengatasi pengangguran di perkotaan, khususnya saat ini di Kota Bengkulu. Berdasarkan banyaknya mahasiswa di UINFAS Bengkulu, kawasan sekitar kampus strategis untuk kegiatan perekonomian. Ini adalah warung kuliner yang menjual berbagai makanan dan minuman di kawasan kampus UINFAS Bengkulu.

Keberadaan pedagang kuliner bagi pelajar sangat menguntungkan, karena pedagang tersebut menawarkan pemenuhan kebutuhan pokok yaitu makanan dan minuman, relatif murah dan mudah dijangkau dari titik kegiatan mahasiswa.² Akses dan harga menjadi dua kunci penting yang membuat Pedagang Kuliner tetap diperlukan dan diminati di kalangan mahasiswa UINFAS Bengkulu.

Persaingan ekonomi pedagang makanan di depan kampus UINFAS Bengkulu terus meningkat seiring dengan semakin banyaknya pedagang yang bermunculan. Hal ini juga mempengaruhi keuntungan/pendapatan yang mereka peroleh. Pendapatan adalah hasil pendapatan yang diterima dari suatu

² Rini, Pedagang, Wawancara, Pada 18 Desember 2023

usaha dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Pendapatan pedagang kaki lima selalu berubah, bahkan ada pedagang yang menutup usahanya atau pindah karena pendapatan yang diperoleh tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Meningkatnya jumlah pedagang kuliner dalam 5 tahun terakhir ini maka persaingan pasar juga meningkat, oleh karena itu masyarakat yang bekerja sebagai pedagang kuliner menyiapkan berbagai strategi dalam menghadapi para pesaing. Dengan bertambahnya pesaing menyebabkan menurunnya jumlah pembeli atau pelanggan yang pergi ke pedagang lain. Bahkan para pedagang mempunyai beberapa cara untuk menarik minat pembeli.³ Hal ini sering terjadi karena beberapa pedagang kuliner ingin memperoleh keuntungan sebanyak-banyaknya. Berdasarkan pengamatan penulis, pedagang makanan mempunyai beberapa aspek permasalahan yaitu, yang bermodal besar lebih leluasa berdagang dibandingkan yang bermodal terbatas atau kecil, pedagang kuliner yang tidak memahami teknis pemasaran atau teknik berdagang akan kesulitan melayani pembeli untuk berdagang, pedagang dominan dan lokasi juga menentukan daya tarik pembelian. Permasalahan pemilik pedagang mempengaruhi pendapatan yang diperolehnya, karena pendapatan merupakan hal terpenting dalam suatu

³Ahmad, Pedagang Kuliner, Wawancara, Pada Tanggal 18 Desember 2023

usaha karena pendapatan yang diperoleh menunjukkan kemajuan usahanya.

Pendapatan pangan merupakan bagian penting dari perekonomian lokal dan nasional. Pedagang kuliner biasanya mempunyai dampak yang signifikan terhadap perekonomian karena mereka menciptakan lapangan kerja, menghasilkan pendapatan bagi diri mereka sendiri dan orang lain, dan menyediakan beragam makanan bagi masyarakat. Analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan penjualan makanan penting untuk memahami dinamika perekonomian lokal dan memberikan informasi yang berguna bagi para pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pengusaha, dan peneliti.

Pendapatan pedagang kuliner dipengaruhi oleh banyak faktor, yaitu lokasi, jenis makanan atau minuman, kualitas produk, harga, layanan dan pengalaman, persaingan, musim, faktor makroekonomi, faktor hukum dan peraturan, perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen.

Lokasi merupakan faktor kunci dalam menentukan pendapatan. Lokasi yang strategis seperti: kampus, biasanya lebih mudah diakses dan memiliki lebih banyak pelanggan. Makanan atau minuman yang ditawarkan oleh pedagang kuliner juga memegang peranan penting, makanan yang populer atau unik akan menarik lebih banyak pelanggan, dan kualitas produk yang ditawarkan oleh pedagang kuliner dapat

mempengaruhi seberapa sering pelanggan kembali dengan produk yang enak dan konsisten. Selain itu, harga makanan dan minuman juga berperan penting terhadap pendapatan para pedagang kuliner. Selain itu, harga dan kualitas yang kompetitif dapat menarik lebih banyak pelanggan, dan layanan pelanggan yang baik serta pengalaman positif dapat membantu meningkatkan pendapatan dengan membuat pelanggan kembali atau merujuk orang lain. Namun tingkat persaingan di pasar kuliner lokal juga mempengaruhi pendapatan para pedagang. Persaingan yang kuat dapat menurunkan harga, sedangkan tidak adanya pesaing dapat menyebabkan harga menjadi lebih tinggi, sedangkan perubahan musim, musim, acara khusus atau hari libur dapat mempengaruhi pendapatan pedagang kuliner. Beberapa bisnis mungkin lebih sensitif terhadap fluktuasi musiman dibandingkan bisnis lainnya. Faktor makroekonomi, kondisi perekonomian nasional atau daerah juga dapat mempengaruhi pendapatan pedagang grosir. Ketidakstabilan perekonomian atau perubahan tingkat pengangguran dapat mempengaruhi daya beli konsumen. Dengan demikian, faktor hukum dan peraturan, peraturan daerah seperti izin usaha, peraturan kebersihan atau pajak, dapat mempengaruhi operasional dan pendapatan pedagang kelontong, serta perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen, perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen, seperti peningkatan minat . dalam

kesehatan pangan atau pangan nabati dapat mempengaruhi pendapatan pedagang kuliner.

Menganalisis faktor-faktor tersebut akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kuliner dan membantu mengembangkan strategi bisnis dan perencanaan kebijakan yang lebih efektif yang mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Kita tahu banyak sekali faktor yang mempengaruhi, mulai dari modal, jam kerja dan pengalaman, pengalaman merupakan hal yang penting dalam perkembangan usaha. Tanpa pengalaman dan pengetahuan, kita bisa saja mengalami kerugian atau bisa juga berujung pada penutupan usaha kita. Pendapatan pedagang kuliner sangat dipengaruhi oleh lingkungan dan teknik pemasaran yang digunakan penjual. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti masalah ini dengan mengangkat judul ANALISIS PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG KULINER DI DEPAN KAMPUS UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pandangan ekonomi islam terhadap pemasaran yang dilakukan oleh pedagang kuliner di depan kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu?

2. Bagaimana analisis pemasaran dalam meningkatkan pendapatan pedagang kuliner di depan kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pandangan ekonomi islam terhadap strategi pemasaran yang dilakukan pedagang kuliner di depan kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu
2. Untuk strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan pedagang kuliner di depan kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

D. Manfaat Penelitian

Dalam suatu penelitian pasti ada manfaat yang di harapkan dapat tercapai adapun manfaat yang di harapkan baik secara teoritis maupun praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Memberikan pengetahuan bagi peneliti tentang pemasaran syariah yang dilakukan oleh para pedagang kuliner yang ada didepan kampus UINFAS Bengkulu dengan melakukan penelitian ini peneliti bisa memastikan bahwa yang dilakukan oleh para

pedagang kuliner tersebut telah sesuai dengan pemasaran syariah.

2. Secara praktis

- a. Pedagang kuliner sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan suatu perekonomian lokal oleh karena itu para pedagang melakukan penyiaran informasi yang untuk menarik pelanggan agar kiranya bisa menaikkan mutu dan kualitas produk yang di tawarkan dan Masyarakat adalah factor utama dalam pengembangan sebuah usaha oleh karena itu masyarakat membutuhkan informasi yang jelas agar nantinya masyarakat itu percaya akan produk yang ditawarkan mulai dari bahan yang halal dan kelayakkan akan pemasaran yang dilakukan memenuhi kreteria dalam islam dan tidak merugikan orang lain
- b. Adapun untuk peneliti sendiri, peneliti bisa mengetahui dan menyimpulkan bahwa para pedagang melakukan strategi pemasaran yang mana dalam strategi pemasaran ini para pelaku ekonomi yang melakukan transaksi jual beli suatu produk makanan dan minuman bisa meningkatkan pendapatnya, yang mana dalam penjualan produknya di depan kampus UINFAS Bengkulu ini merupakan barang yang halal dan layak untuk

diperjual belikan dan sudah memenuhi kriteria dalam pemasaran syariah sesuai dengan penelitian harapan.

- c. Selanjutnya penelitian ini bisa berkelanjutan kedepannya yang akan menumbuhkan peneliti baru yang mana peneliti yang akan datang bisa memperdalam dan menganalisis lagi tentang pemasaran syariah yang diterapkan oleh para pedagang kuliner yang ada didepan kampus UINFAS Bengkulu.

E. Penelitian Terdahulu

Skripsi ini ditulis oleh Joko Wira Sanjaya, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Syariah*. Penelitian ini di latar belakang berdasarkan fenomena yang ada dimana banyaknya persaingan antar usaha dibidang yang sama, menuntut petani pembibitan tanaman menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usaha dapat bertahan lama dan produk tetap eksis di pasaran. Jika strategi pemasarannya tidak tepat maka akan berimbas kurang maksimalnya laba yang diperoleh, selain itu bias mengalami kerugian. Tetapi jika strategi yang diterapkan tepat, maka keuntungan akan mengalami peningkatan yang maksimal. Penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran usaha pembibitan tanaman dalam

meningkatkan pendapatan, serta mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap strategi pemasaran tersebut.⁴

Jurnal ini di tulis oleh Nining Sudiyarti,Suprianto dkk. “*Determinan Pendapatan Pedagang Kuliner Di Pantai Jempol Kabupaten Sumbawa*” jurnal ini membahas Sebagian besar (93%) pedagang kuliner di pesisir pantai Jempol Kabupaten Sumbawa menjadikan berdagang kuliner sebagai pekerjaan utamanya.Para pedagang cenderung menggunakan banyak waktu agar mereka memperoleh pendapatan yang besar karena memang hanya dari berdagang inilah penghasilan mereka. Namun, sisanya (7%) pedagang lain yang ada di pesisir Pantai Jempol Kabupaten Sumbawa menjalankan usaha mereka sebagai sampingan saja, sehingga mereka tidak memaksa menggunakan banyak waktu untuk memperoleh pendapatan yang tinggi. Orientasi mereka bekerja inilah yang menjadikan waktu bekerja juga berbeda dan pada akhirnya pendapatan yang diterima mereka berbeda tergantung dari waktu yang mereka gunakan.Selain itu, sebagian besar pedagang kuliner yang berjualan di pesisir Pantai Jempol adalah ibu rumah tangga. Hal ini berpengaruh terhadap jumlah jam kerja mereka dimana

⁴ Joko Wira Sanjaya, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Perspektif Ekonomi Syariah*,Pekanbaru: Skripsi,2020

selain harus membagi jam untuk berdagang, mereka juga harus membagi jam kerja untuk mengurus rumah tangga.⁵

Jurnal ini ditulis oleh Dede Satriani Sam dan Evi Avriana, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kue Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu, strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pesannya. Strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan pendapatan pengusaha adalah dengan menerapkan system bauran pemasaran; *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. Dilihat dari perspektif ekonomi Islam pengusaha kue juga menerapkan praktik yang dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, yakni *shiddiq* (benar dan jujur), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), dan *tabligh* (komunikatif).⁶

Jurnal ini ditulis oleh Ismail Marzuki Dan Fatih Ramdaniah, *Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi*

⁵ Nining Sudiyarti, Suprianto Dkk. *Determinan Pendapatan Pedagang Kuliner Di Pantai Jempol Kabupaten Sumbawa*, Jurnal: Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 8 No. 2, Agustus 2020, H. 128

⁶ Dede Satriani Sam Dan Evi Avriana, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Kue Menurut Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal: Syariah Dan Ekonomi Islam, Vol.1, No.1, April 2020

Islam, strategi pemasaran yang dilakukan pedagang sembako menggunakan beberapa strategi antara lain, strategi pelayanan, tidak mudah putus asa ketika mengalami kerugian atau bersikap malas ketika mendapat keuntungan yang banyak; strategi produk, ketepatan waktu buka dan kecepatan melayani pembeli dapat berpengaruh pada berkurangnya pemasukan; strategi harga, keterbukaan harga diperlukan dalam berdagang, sehingga proses khiyar (tawar-menawar) produk dapat saling menguntungkan; strategi promosi, dimana pedagang melakukan secara emosional untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen, sekaligus memupuk jiwa social yang tinggi. Kendati demikian, terdapat penyimpangan dalam praktik pemasarannya, seperti adanya unsur gharar atau ketidakjelasan, adanya unsur pemaksaan dan menjual barang dagangan dibawah harga pasar.⁷

Skripsi ini ditulis oleh Ari Wahyu Handayani,
Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
Pertumbuhan ekonomi menjadi suatu indikator kemajuan sebuah bangsa. Ekonomi yang terus tumbuh memproyeksikan tingkat kesejahteraan dan kemajuan

⁷ Ismail Marzuki Dan Fatih Ramdaniah, *Strategi Pemasaran Pedagang Sembako Dalam Meningkatkan Taraf Ekonomi Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal: Iqtishadia, Ekonomi Dan Perbankan Syariah, Vol. 6, No. 1 Juni 2019

yang dicapai dari periode satu ke periode berikutnya. Pedagang kuliner menghadapi berbagai tantangan. Mulai dari meningkatnya jumlah pedagang sampai dengan didirikannya perusahaan-perusahaan ritel dan pusat perbelanjaan modern. Menghadapi kondisi tersebut mendorong pedagang kaki lima untuk mencari cara atau strategi guna menjaga keberlangsungan usahanya. penulis tertarik untuk menemukan strategi-strategi penjualan yang pedagang kaki lima lakukan. Terhadap strategi-strategi tersebut penulis akan melakukan kajian dalam konteks ekonomi islam.⁸

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah lapangan (field research), dengan menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif yang di ambil secara random. Penelitian ini terfokus kepada analisis pemasaran yang mempengaruhi pendapatan pedagang kuliner di depan kampus Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

⁸ Ari Wahyu Handayani, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omzet Dagang Pedagang Kaki Lima Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi: UIN Walisongo Semarang, 2020

Metode penelitian ini sering disebut metode penelitian naturalistic karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting), sering juga disebut metode etnografi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian antropologi budaya, disebut sebagai metode kualitatif karena data dan analisisnya lebih bersifat kualitatif.

b. Pendekatan penelitian

Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Sedangkan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.⁹ Pendeskripsian penelitian tersebut berdasarkan pada analisis faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kuliner didepan kampus UINFAS Bengkulu.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabet CV, 2016), H.8

2. Waktu dan lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 12 Februari 2023 yang mana berlokasi di depan kampus UINFAS Bengkulu

3. Subjek/ informan penelitian

Informan penelitian ini sebanyak 7 pedagang kuliner. Cara pengambilan informan dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* yaitu, teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat di gunakan sampel bila di pandang cocok sebagai sumber data.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memerikan data kepada pengumpul data. Sumber utama atau sumber asli data tersebut di peroleh dari pihak pedagang kuliner melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya dari orang lain atau lewat

dokumen.¹⁰ Yaitu data berupa gambaran umum tentang pedagang kuliner , yang di peroleh dari para pedagang kulliner yang berjualan di depan kampus UINFAS Bengkulu, dan dalam penelitian ini peneliti memperoleh data sekunder dari hasil dokumentasi,literatur, dan website yang menunjang penelitian.

b. Tehnik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan aktivitas pencatatan fenomena yang di lakukan secara sistematis. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan mencatat kejadian kejadian yang berkaitan dengan

2. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide untuk melakukan tanyajawab, sehingga dapat di kontribusikan makna dalam suatu topik tertentu. Jadi dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipasi dalam

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D,....*, H.225

menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak bisa ditemukan melalui observasi.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif¹¹

5. Teknik Analisis data

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus-menerus secara tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu: data *reduction*, data *diplay*, dan data *conclusion drawing/verification*. Adapun penjelasan dan proses analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Data reduction* (reduksi data)

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, diari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D,.....*,H.226

melakukan pengumpulan data selanjutnya, mencarinya bila perlu.

b. *Data display* (penyajian data)

Data display adalah penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, phicard, phictoras, dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

c. *Conclusion drawing/verification* adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dalam mengelolah data dengan menganalisis data penulis menggunakan metode domain analysis yaitu teknik analisis yang bertujuan untuk memperoleh gambaran umum tentang data untuk menjawab fokus penelitian secara menyeluruh dari subjek penelitian secara mendalam sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹²

G. Sistematika Penulisan

Bab I menguraikan tentang pendahuluan yang menjadi pondasi dari setiap karya ilmiah yang berisikan

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D,...*,H.246

latar belakang, rumusan masalah tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II, berisi tentang kajian teori. Kajian teori menguraikan teori yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan atau literature yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti sehingga dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan referensi.

Bab III berisi gambaran umum objek penelitian. Merupakan pengkajian tentang strategi pemasaran dalam meningkatkan pendapatan pedagang kuliner di depan kampus UINFAS Bengkulu.

Bab IV, berisi hasil penelitian dan pembahasan. Merupakan hasil penelitian yang didapat melalui wawancara dengan para pedagang kuliner

Bab V, berisi penutup yang mana terdapat kesimpulan dan saran