

## INOVASI PELAYANAN KELOMPOK PEDAGANG CANANG DI LINGKUNGAN KARANG JASI KOTA MATARAM

*I Wayan Indra Wiguna Murti*

Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

[iwayanindrawigunamurti@gmail.com](mailto:iwayanindrawigunamurti@gmail.com)

### **Keywords:**

*Service Innovation,  
Canang Traders,  
sales trends*

### **Abstract**

*Post covid 19 pandemic that hit the world made sales decline, especially the Canang Traders Group in the Karang Jasi Neighborhood, Mataram City. This research focuses on three things, namely: (1) the sales trend of the canang trader group in the Karang Jasi Neighborhood, Mataram City, (2) the form of service innovation of the canang trader group in increasing sales, (3) the supporting and inhibiting factors of the canang trader group in innovating services. The research methodology uses descriptive with data collection techniques using observation, interviews, and documentation techniques. the results of this study show, the form of service innovation where canang traders provide services by delivering orders to customers' homes. supporting factors in this study can be known, namely to meet needs such as demands for daily living expenses, school fees, the desire to develop a business, the desire to get more profit, then the obstacles are lack of knowledge in using telephones and WhatsApp, capital, many competitors.*

**Kata kunci:**  
Inovasi  
Pelayanan,  
Pedagang  
Canang, tren  
penjualan

### **Abstrak**

Pasca Pandemi covid-19 yang melanda dunia menjadikan penjualan menurun khususnya Kelompok Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram. Penelitian ini berfokus pada tiga hal, yaitu: (1) trend penjualan kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram, (2) bentuk inovasi pelayanan kelompok pedagang canang dalam meningkatkan penjualan, (3) faktor pendukung dan penghambat kelompok pedagang canang dalam melakukan inovasi pelayanan. Metodologi penelitian menggunakan deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi. hasil penelitian ini menunjukkan, bentuk inovasi pelayanan yang dimana pedagang canang memberikan pelayanan dengan cara mengantar pesanan ke rumah pelanggan. faktor pendukung dalam penelitian ini dapat diketahui yaitu untuk memenuhi kebutuhan seperti tuntutan biaya hidup sehari-hari, biaya sekolah, keinginan untuk mengembangkan usaha, keinginan untuk mendapatkan keuntungan lebih kemudian yang menjadi penghambat yaitu kurangnya pengetahuan dalam menggunakan telepon dan *WhatsApp*, modal, banyaknya pesaing

## **Pendahuluan**

Pada zaman modern angka pengangguran semakin menambah di Indonesia akibat dari pasca wabah pandemi Covid -19 dan membludaknya lulusan dari Perguruan Tinggi maupun dari sekolah kejuruan. Data dari Badan Pusat Statistik tahun 2024 persentase penduduk yang belum memiliki pekerjaan atau disebut sebagai tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 4,82%. Dan jumlah angkatan kerja tahun 2024 sebanyak 149,38 juta orang, naik 2,76 juta orang dibanding Februari 2023. Dengan banyaknya tingkat pengangguran di Indonesia dapat menyebabkan tingkat kemiskinan meningkat, pendapatan per-kapita menurun. Hal ini dapat di atasi dengan meningkatkan lapangan pekerjaan dan membuat usaha, salah satunya yaitu berjualan canang sebagai sarana persembahyagan umat Hindu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Usaha menjual canang sudah ada sejak lama, namun seiring berjalannya waktu banyaknya penjual canang membuat para pedagang canang harus memikirkan cara lain untuk menjual dagangannya. Pelayanan merupakan langkah utama untuk menjadi seorang pedagang yang lebih berkualitas sehingga timbul penjualan yang lebih baik dari seorang pembeli atau pelanggan. Dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan keperluan yang diharapkan, maka penjualan meningkat baik dari segi pelayanan maupun penjualan. Begitupun yang dilakukan oleh pedagang canang kepada pelanggan atau pembeli akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan sangat baik sesuai dengan kebutuhan pelanggan dari pedagang canang tersebut.

Selain itu juga peran perempuan pedagang canang dalam ruang publik dan domestik merupakan desakan kebutuhan ekonomi dengan kemampuan dirinya untuk mencapai apa pun yang diinginkan oleh pedagang canang, sehingga berhubungan dengan dunia luar atau yang membuat pedagang canang lebih penting menikmati pekerjaannya meski dengan penghasilan yang tidak seberapa. Permasalahan yang dihadapi oleh kelompok pedagang canang yang berada di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram. Untuk mencari solusi bagaimana cara meningkatkan penjualan sesuai dengan yang diharapkan oleh pedagang canang tersebut.

Dengan memiliki kekuatan ekonomi, karena mendapat penghasilan setiap hari pedagang canang atau penjual canang sekaligus menjadi seorang ibu rumah tangga untuk mengatur kehidupan menjadi seorang pedagang canang meski harus memiliki

beberapa kendala yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan, yang pertama yaitu motivasi dalam pelayanan, motivasi tersebut sangat mempengaruhi tingkat penjualan, yang memerlukan kesabaran, keuletan yang tinggi, kerja keras dan jiwa professional. Yang kedua, bentuk inovasi untuk mengembangkan atau meningkatkan penjualan dari pedagang canang tersebut.

Tingkat penjualan sangat diperlukan dalam pelayanan yang baik kepada pembeli atau pelanggan karena dari pelayanan itu sangat berperan penting untuk meningkatkan atau mengembangkan penjualan tersebut sehingga pendapatan atau keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dapat digunakan Kelompok Pedagang Canang untuk mengembangkan atau meningkatkan hasil penjualan tersebut. Pedagang canang dengan menjual berbagai jenis sarana persembayagan yang dijual kepada pembeli atau pelanggan. Dengan memiliki beberapa cara yaitu masing-masing pedagang canang umumnya sudah memiliki langganan tersendiri dan memiliki tempat berjualan pun tersendiri sehingga pedagang canang tidak berdesahkan lagi untuk mencari tempat berjualan. Di samping itu juga yang masih menjadi kendala dari seorang pedagang canang yaitu persaingan yang semakin banyak pedagang canang sehingga sebagian pedagang canang memilih untuk melakukan penjualan dengan melalui jasa pelayanan seperti mengantar canang ke rumah pelanggan.

Inovasi pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing, salah satunya adalah pelayanan yang baik terhadap pelanggan/konsumen dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat sering berubah, sehingga pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan, pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh pedagang sangat baik sehingga pelanggan merasa puas akan pelayanan yang berikan oleh pedagang canang tersebut. Pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang disesuaikan dengan harapan pelanggan. Pelayanan terhadap pelanggan yaitu pelayanan yang paling utama dalam melayani seorang pembeli, dalam pelayanan tersebut dapat memberikan keuntungan yang baik dimana seorang pedagang canang mampu memberikan kepuasan kepada pembeli dan pelanggan. Jika seorang konsumen datang untuk membeli, dan seorang pedagang tersebut memberikan pelayanan yang baik, maka pelanggan tersebut merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pedagang tersebut, maka pelanggan akan

sering datang, sebab pelanggan mengetahui bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pedagang. Pelayanan tersebut merupakan faktor penting, dalam memperlancar usaha penjualan dan pembelian dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan. Akan tetapi pengaruh yang baik terhadap penjualan dan pembelian dari pedagang tersebut dapat meningkatkan penjualan. Oleh karena itu pedagang canang harus memikirkan pentingnya pelayanan yang secara lebih baik sehingga pelanggan akan lebih suka datang dari pedagang yang dianggap kualitasnya sangat bagus dan pelayanannya juga sangat baik sehingga menimbulkan penjualan yang semakin meningkat.

Menurut Kotler (2008), pelayanan merupakan setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Menurut Samparan berpendapat bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan adalah cara atau hasil pekerjaan dalam melayani sedangkan melayani adalah menyediakan keperluan dari pelanggan atau pembeli. Dalam kelompok pedagang canang tersebut berpusat pada pelayanan, dan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan salah satu cara pedagang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara menambahkan seberapa banyak canang yang diperlukan oleh pelanggan terhadap canang tersebut. Oleh sebab itu peneliti bermaksud untuk meneliti atau mengkaji inovasi pelayanan kelompok pedagang canang yang berada di lingkungan Karang Jasi Kota Mataram. Dari Kelompok Pedagang Canang jumlah keseluruhan 35 informan sehingga, peneliti mewawancarai jumlah keseluruhan informan tersebut. Berdasarkan latar belakang peneliti tertarik untuk meneliti tentang Inovasi Pelayanan Kelompok Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram.

### **Metode**

Penelitian ini berjenis penelitian lapangan dengan menerapkan metode deskriptif kualitatif, Merujuk pada Moleong (Sugiyono 2014:30), mengatakan bahwa penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang datanya tidak berbentuk perhitungan angka-

angka akan tetapi data dihasilkan berbentuk kata-kata dalam bentuk kalimat yang analisisnya menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan pada kelompok pedagang canang, yang berlokasi di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Penelitian jenis ini menggunakan data kualitatif yang dikumpulkan dengan cara wawancara, analisis dokumen, observasi dan perekaman video, umumnya data kualitatif dituangkan dalam bentuk kata per-kata. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berkaitan dengan data-data inovasi pedagang canang, jumlah pedagang canang dan tren penjualan dan pelayanan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Hasil Penelitian**

#### **a. Trend Penjualan Kelompok Pedagang Canang pada Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram**

Hasil observasi terkait dengan bagaimana trend penjualan kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram yaitu dimana pedagang canang tersebut melakukan inovasi untuk meningkatkan penjualan seperti pada umumnya canang yang dijual bentuknya biasa saja sehingga pedagang canang mengambil tindakan untuk melakukan pembaharuan pada canang atau sarana persembahyangan tersebut.

Wawancara peneliti terhadap Ibu Komang Suryani selaku Ketua Persatuan Kelompok Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram, memberikan penjelasan tentang trend Penjualan pada Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram sebagai berikut:

“Mengenai trend penjualan yang dilakukan oleh Kelompok Pedagang di Lingkungan Karang Jasi ini memang kita sebagian pedagang canang mencatat hasil penjualan untuk melihat sejauh mana penjualan kita setiap hari apakah penjualan meningkat atau menurun. Selain itu di saat hari raya rainan penjualan meningkat dan harga bunga pun juga melonjak harganya sehingga para juga menaikkan harga dari canang tersebut. Dan sebagian pedagang canang lainnya mengurangi isi dalam Canang tersebut. yang biasanya 12 biji perbungkus menjadi 10 biji perbungkus. Sedangkan di saat hari-hari biasa penjualan menurun, sehingga seringkali pedagang canang menambahkan isi dari canang yang mulai dari 12-15 biji per bungkus karena kita juga melihat seberapa lamanya canang yang di jual akan bertahan (Wawancara pada tanggal 25 Juli 2024).

Kemudian wawancara dilanjutkan kepada Bapak Nengah Putra Selaku Kepala Pasar di lingkungan Karang Jasi Kota Mataram memberikan pendapat terkait pedagang canang tersebut :

“Iya kalau menurut saya trend penjualan pedagang canang tetap disini memang sangat baik dan juga pelayanannya sangat baik sehingga seringkali saya melihat biasanya kalau sudah mendekat-dekat dengan hari raya/rahinan pedagang canang biasanya menginap dilapaknya masing-masing sehingga itu yang membuat saya salut terhadap mereka dan juga tidak menyerah untuk berjualan canang setiap harinya walaupun kadang penjualannya menurun tetapi mereka tidak menyerah untuk jualan dilapaknya masing-masing.” kalo untuk pedagang canang memang penting untuk melakukan inovasi pelayanan dari pedagang ke pelanggan karena dari pelanggan kita bisa mengetahui bagaimana pelayanan kita berikan kepada pembeli. maksudnya pelanggan akan menilai seperti apa pelayanan yang diberikan oleh pelanggan tersebut. Dan tidak cuman pelayanan ajak tetapi pedagang canang juga harus mengembangkan usaha tersebut bukan cuman canang ajak yang dijual tetapi menjual berbagai jenis produk yang diperlukan oleh pelanggan atau pembeli. contohnya daun pisang, gula merah, daun sirih, es kelapa dan jenis produk lainnya yang diperlukan oleh pelanggan atau pembeli (Wawancara pada tanggal 25 Juli 2024).

Pernyataan di atas juga menjelaskan bahwa trend penjualan di pedagang Canang yang ada di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram melakukan pelayanan yang baik sehingga pedagang canang mampu untuk meningkatkan penjualan dengan baik melalui inovasi.

#### b. Bentuk Inovasi Pelayanan Kelompok Pedagang Canang Dalam Meningkatkan Penjualan di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan pada Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram mengenai bentuk inovasi pelayanan yang dilakukan oleh kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram yaitu sebagian pedagang canang pada saat membutuhkan modal untuk memperbaiki usaha, maka pedagang canang melakukan pinjaman koperasi.

Selain itu bentuk inovasi pelayanan yang digunakan oleh pedagang canang dalam meningkatkan penjualan, yaitu dimana pedagang canang melakukan penjualan dengan cara mengantar pesanan ke rumah sesuai dengan aplikasi yang digunakan, seperti pelanggan akan menelpon jika membutuhkan sarana persembahyangan.

Wawancara dengan Suryanti selaku Ketua Kelompok Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram memberikan penjelasan mengenai bentuk

Inovasi Pelayanan Kelompok Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram yaitu:

“Kalau mengenai pelayanan yang saya berikan kepada pembeli atau pelanggan, saya melayani-nya dengan baik dan yang paling utama adalah ramah dan sopan kepada pelanggan itu yang paling utama saat saya berjualan dan kalau pelanggan saya menelpon bawain canang kerumahnya biasanya suami saya yang antar pesanan tersebut” (wawancara pada tanggal 25 Juli 2024).

Berdasarkan wawancara tersebut didapatkan bahwa inovasi pelayanan yang dilakukan oleh Ibu Komang Suryanti selaku Ketua persatuan kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram yaitu menggunakan sistem pengantaran ke rumah pelanggan sesuai dengan pesanan pelanggan. Kemudian wawancara selanjutnya dilakukan dengan Ibu Gusti selaku pedagang canang tetap di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram tentang bentuk inovasi pelayanan kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram.

“Kalau Pelayanan yang saya berikan kepada pelanggan itu kita jual online, kadang-kadang kita antar ke rumah itu juga yang bekerja sebagai pegawai kan nggak bisa keluar rumah karena tugasnya makanya kita mengantarnya kerumahnya dan kita juga pengirimannya sampai ke Sumbawa jadi kita disini itu pelayanannya harus benar-benar memuaskan biar pelanggan puas dengan pelayanan yang saya berikan ke pelanggan saya ( wawancara pada tanggal 25 Juli 2024).

Ungkapan tersebut menyatakan bahwa bentuk inovasi pelayanan kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram melakukan penjualan atau pengiriman ke Sumbawa untuk pelanggannya. Dari pernyataan ibu Gusti dapat dilihat bahwa bentuk pelayanan yang diberikan tersebut sangat memuaskan sehingga pelanggannya sampai ke pulau Sumbawa.

c. Faktor Pendukung dan Penghambat Kelompok Pedagang Canang Dalam Meningkatkan penjualan

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan pada Kelompok Pedagang Canang tetap di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram mengenai faktor pendukung dan penghambat kelompok pedagang canang dalam meningkatkan Penjualan yaitu pada saat hari- hari biasa penjualan menurun sehingga membuat pedagang canang rugi dan pada saat hari raya/rahinan seperti Galungan, Kuningan, dan pada hari raya/rahinan lainnya harga sarana persembahyangan

melonjak seperti bunga, busung, daksina, dan sarana persembahyangan lainnya. Faktor pendukung dari pedagang canang adalah pada saat Hari Raya Galungan dan Kuningan harga bunga melonjak sehingga dari pendapatan tersebut pedagang canang mendapatkan keuntungan dari modal yang dipinjam dari koperasi.

Wawancara kepada Komang Suryanti selaku Ketua Persatuan Kelompok Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram memberikan penjelasan mengenai faktor pendukung dan penghambat kelompok pedagang canang dalam meningkatkan penjualan yaitu.

“Kalau mengenai faktor pendukung sudah pasti keluarga dan kehidupan sehari-hari iya kalau kita tidak jualan iya kita tidak makan dan kalau saya tidak jualan iya mau ngapain di rumah lebih baik jualan. Dan kalau untuk penghambat atau kendala ya biasanya kalau sudah mendekati hari raya besar seperti galungan, kuningan biasanya harga bunga sangat mahal sehingga kita sebagai pedagang susah untuk mendapatkan bunga dan busung kalau hari raya besar (wawancara pada tanggal 25 Juli 2024).

Ungkapan di atas menyatakan bahwa kendala atau faktor penghambat yang dihadapi oleh pedagang canang tetap di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram yaitu busung dan bunga harganya sangat mahal pada saat hari raya/rahinan sehingga pedagang canang susah untuk harga yang lebih standar.

Selanjutnya wawancara dilakukan oleh Ibu Sri selaku pedagang canang tetap di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram tentang faktor penghambat dan pendukung yang dihadapi oleh saat berjualan.

“Kalau untuk faktor pendukung sudah pasti untuk kehidupan sehari-hari sama keluarga dan kalau untuk faktor penghambat biasanya kalau hari-hari biasa penjualan menurun kadang-kadang kalau nggak laku besoknya lagi jualan tapi kalau sudah tidak layak untuk di jual itu kita buang karena itulah resikonya pedagang harus berani rugi dan untung. Kadang-kadang kalau sudah mendekati hari raya harga busung mahal sehingga kita susah untuk mendapatkan harga busung tersebut (wawancara pada tanggal 25 Juli 2024).

Pernyataan di atas menyatakan bahwa faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh Ibu Sri selaku pedagang canang tetap di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram yaitu pada saat hari raya/rahinan harga bunga dan busung mahal sehingga susah untuk mendapat harga yang sesuai dengan keinginan pedagang canang tersebut dan keuntungan yang di dapatkan pun juga sedikit,

sedangkan faktor pendukung dari pedagang canang tersebut yaitu kalau tidak juga tidak berjualan maka kehidupan sehari-harinya tidak akan terpenuhi.

## 2. Pembahasan

Berdasarkan data hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang penulis rangkum, kemudian dilakukan proses analisis data yang meliputi reduksi data, kemudian penyajian data dan penarikan kesimpulan. Fokus pembahasan dalam penelitian ini yaitu: pertama bagaimana trend penjualan kelompok pedagang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram; kedua, bentuk inovasi pelayanan kelompok pedagang canang dalam meningkatkan penjualan; dan ketiga faktor pendukung dan penghambat kelompok pedagang canang dalam melakukan inovasi pelayanan.

### a. Trend Penjualan Kelompok Pedagang Canang pada Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram

Penjualan adalah salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pedagang Canang dalam mempertahankan bisnisnya kemudian berkembang dari tahap ke tahap. Dan untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan canang, maka diperlukan berbagai cara untuk meningkatkan penjualan seperti bentuk segi pembaharuan yang awalnya terlihat biasa saja kemudian pedagang canang tersebut mendapat sebuah ide baru untuk meningkatkan penjualan.

Oleh karena itu dari segi pembaharuan tersebut biasanya pembeli atau pelanggan akan lebih menyukai hal baru dibandingkan dengan hal yang sebelumnya, contohnya canang yang pada mulanya bentuknya biasa saja sehingga pembeli atau pelanggan kurang tertarik dengan canang yang sudah beberapa hari dibungkus tetapi tidak laku kemudian kualitasnya pun kurang menarik dan bunganya pun mulai layu atau kurang segar, sehingga pembeli dan pelanggan memilih belanja ke tempat lain. Selain itu kualitas sarana persembahyangan umat Hindu yang dijual oleh pedagang canang terhadap pembeli dan pelanggan kurang baik sehingga pembeli dan pelanggan menyukai hal yang baru. Tidak hanya itu juga pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram sebagian besar saat Hari Raya Galungan dan Kuningan atau hari raya lainnya pendapatan meningkat sehingga pedagang canang tersebut jika sudah mendekati hari raya besar maka para kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram mempersiapkan segala hal dagangan sarana persembahyangan

guna untuk mendapatkan hasil yang dijual oleh pedagang canang. Jenis produk yang dijual oleh pedagang canang yaitu: daksina, busung atau janur, canang sari, bunga pancar galuh, bunga gumitir, segahan dan jajanan yang sudah di tata oleh pedagang canang, pada saat hari raya besar tersebut pedagang canang mulai mempersiapkan segala hal untuk berjualan oleh kerena itu untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan canang tersebut yang biasanya pendapatannya rendah; kisaran Rp.50.000-100.000 pendapatan sehari-harinya. Dan jika pada saat hari raya besar pedagang canang tidak melewatkan kesempatan berjualan canang untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan canang tersebut. Dengan demikian sebagai pedagang canang yang berkualitas, pedagang juga harus mempersiapkan apa yang dibutuhkan oleh pembeli atau pelanggan pada saat menjelang hari raya besar. Kemudian dapat dilihat bahwa seorang pedagang canang, pendapatannya akan meningkat pada saat hari-hari tertentu seperti hari Raya Galungan, Kuningan dan raya lainnya. Dengan demikian peneliti juga mencantumkan beberapa pendapatan pedagang canang setiap harinya dengan pendapatan pedagang canang pada saat hari Raya Hindu seperti Galungan, Kuningan dan hari raya lainnya.

b. Bentuk Inovasi Pelayanan Kelompok Pedagang Canang Dalam Meningkatkan Penjualan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Inovasi merupakan sebagai proses dan/atau hasil pengembangan pengetahuan, pengalaman keterampilan menciptakan atau memperbaiki, baik jasa maupun barang. Inovasi pelayanan diartikan sebagai cara baru atau ide kreatif pelayanan atau menciptakan penyederhanaan, terobosan dalam prosedur dan manfaatnya yaitu dimana mempunyai nilai tambah yang berkualitas maupun kualitas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan dan pembeli.

Dengan demikian dari hasil pengamatan yang peneliti lakukan di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram mengenai pedagang canang tetap tidak begitu banyak yang mengetahui bagaimana menggunakan alat media sosial sehingga pedagang canang hanya menunggu pembeli. Tidak hanya itu keuntungan yang didapatkan pun sedikit hanya kalangan usia 25- 40 tahun ke atas yang mengerti bagaimana menggunakan sosial media tersebut untuk menghasilkan sebuah keuntungan.

Maka dari itu sebagian pedagang canang tetap yang umurnya sudah lanjut usia hanya bisa menunggu pembeli atau pelanggannya sehingga pendapatan yang didapatkan pun tidak sesuai dengan modal yang dikeluarkan dari pedagang canang tersebut. Dengan demikian pedagang canang yang lanjut usia, mereka sulit untuk menggunakan sosial media sehingga menggunakan ide sesuai dengan selera pelanggan atau menciptakan hal baru seperti pembaharuan pada canang yang umumnya biasa-biasa saja sehingga pedagang canang yang hanya menunggu pembeli, mendapat ide kreatif untuk memperbaharui canang atau sarana persembahyangan umat Hindu sehari-hari. Maka itu dari segi inovasi pelayanan pedagang canang terhadap pembeli atau pelanggan sebagian pedagang canang juga memberikan pelayanan dengan jasa keluar daerah seperti pulau Sumbawa melalui orang yang sudah bekerjasama dengan pedagang canang. Kemudian dari pedagang canang yang berada di Pulau Sumbawa tersebut akan menginformasikan seberapa banyak permintaan sarana persembahyangan atau canang yang akan dikirim ke Pulau Sumbawa.

Jadi, tidak hanya memberikan pelayanan di dalam daerah saja tetapi pedagang canang juga memberikan pelayanan dengan mengirim sarana persembahyangan tersebut keluar daerah, oleh karena itu sebagian kalangan pedagang canang yang paham bagaimana menggunakan sosial media tersebut dan sebagian pedagang canang yang tidak mengerti bagaimana menggunakan alat media sosial sehingga pedagang tersebut hanya menunggu seorang pembeli atau pelanggan dengan menciptakan hal baru. Contohnya dengan canang yang awalnya kurang menarik sehingga mendapat ide kreatif untuk mempercantik isi dari canang tersebut, kemudian menambahkan isi dari canang yang awalnya 10 biji menjadi 12 biji per bungkus tetapi dengan harga yang masih sama.

Oleh karena itu sebagai pedagang canang tentu harus dengan mengambil sikap melayani dengan layaknya sebagai seorang pedagang canang yang bisa dalam segala hal (mejaitan). Mulai dari pelayanan yang baik terhadap pembeli atau pelanggan, maka pelanggan pun akan merasa puas terhadap pelayanan yang dilakukan oleh pedagang canang sebab dari pelayanan yang diberikan oleh pedagang canang kepada pembeli maka usaha pun berkembang sesuai dengan yang diinginkan oleh pedagang canang tersebut. Dari pelayanan yang diberikan

oleh pelanggan, maka semakin pula bertambah penjualan walaupun dengan keuntungan yang tidak seberapa dari hasil penjualan canang, namun sangat bermanfaat bagi pedagang canang untuk memenuhi kebutuhan setiap harinya. Oleh karena itu tingkat pendapatan yang didapatkan oleh pedagang canang pun sedikit, sehingga melakukan inovasi untuk meningkatkan hasil pendapatan sesuai dengan harapan pedagang canang untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan tersebut. Maka dari itu pedagang canang melakukan segala hal untuk meningkatkan penjualan, mulai dari segi inovasi/ pengembangan, pelayanan atau jasa yang baik terhadap pelanggan.

Di samping itu pedagang canang juga memberikan inovasi pelayanan dengan cara canang yang sudah dikemas dengan jumlah tertentu sesuai dengan harga Rp. 5.000,00, per bungkus sampai dengan Rp. 10.000,00 per bungkus tergantung dengan seberapa banyak harga canang yang diperlukan oleh pembeli atau pelanggan sehingga dari pedagang canang tersebut tidak lagi tergesa-gesa menyediakan canang pada saat pembeli atau pelanggan datang untuk membeli canang tersebut, karena pedagang canang sudah menyediakan apa yang diperlukan oleh pelanggan tersebut tinggal menyerahkan canang yang sudah disediakan tanpa pembeli atau pelanggan menunggu lama sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli atau pelanggan.

Dengan demikian jumlah canang per bungkus berbeda-beda mulai dengan harga canang yang sudah ditetapkan oleh pedagang canang tersebut, tergantung penjualan misalnya pada saat hari-hari biasa isi dari canang 12-15 biji per bungkus namun pada hari raya besar canang berkurang yang awalnya 12-15 biji perbungkus menjadi 10 biji perbungkus dengan harga yang masih tetap sama. Kemudian pedagang canang juga memvariasikan bentuk dagangannya, mulai dari canang yang bentuk dan isinya kurang menarik sehingga pedagang canang mendapat ide kreatif dengan membuat canang semenarik mungkin agar konsumen terus berlangganan karena canang yang diperlukan oleh konsumen harus tetap segar dan tidak layu.

Tidak hanya itu pedagang canang juga menjaga komunikasi yang baik kepada pelanggannya agar hubungan antar konsumen dengan pedagang canang bisa terus berjalan dengan baik, sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau

pelanggan dengan menjaga komunikasi yang baik terhadap konsumen maka konsumen akan terus berlangganan kepada pedagang canang tersebut karena mereka sudah mengetahui bagaimana pedagang canang memberikan pelayanan dan komunikasi yang baik kepada pembeli atau pelanggan tersebut. Selain itu pedagang canang juga memberikan pelayanan dengan baik atau melayani pelanggan yang masih di atas kendaraan, hal itu merupakan salah satu jasa pelayanan baik yang dilakukan oleh pedagang canang terhadap pembeli atau pelanggannya untuk menjaga loyalitas dari seorang pedagang canang. Disamping itu pelayanan atau jasa yang dilakukan oleh pedagang canang terhadap pelanggannya yaitu pada saat pelanggan dari pedagang canang membutuhkan canang, maka pedagang canang juga langsung mengantar ke rumah pelanggan sesuai dengan pesanan yang dibutuhkan oleh pelanggan tersebut. Maka dari itu, adalah salah satu pelayanan yang baik yang dilakukan oleh pedagang canang terhadap pelanggannya atau pembelinya untuk membantu meningkatkan penjualan melalui jasa pelayanan yang dilakukan oleh pedagang canang terhadap pelanggannya.

Diversifikasi produk artinya hal apa saja yang dijual oleh pedagang canang selain canang yang dijual, oleh karena itu yang menjadi salah satu mata pencarian pedagang canang selain canang yang dijual yaitu bensin, buah pisang, celengan yang terbuat dari tanah liat untuk mengembangkan atau meningkatkan hasil penjualan. Maka pedagang canang mendapat ide berinisiatif untuk menjual segala hal selain canang yang dijual dari pedagang canang tersebut.

Bentuk inovasi pelayanan kelompok pedagang canang dalam meningkatkan penjualan dapat dikaji dengan teori inovasi. Dimana teori ini menekankan bahwa pedagang canang akan lebih bersemangat berinovasi dalam mendapatkan sebuah ide baru. Dimana suatu produk, layanan, atau proses dorong pedagang canang dalam mengembangkan bisnis canang tersebut. Dengan teori inovasi juga memberikan ide atau kreatif dalam berinovasi di sebuah usaha yang sedang dijalankan.

c. Faktor Pendukung Dan Penghambat Kelompok Pedagang Canang Dalam Melakukan Inovasi Pelayanan

Sebagai seorang pedagang canang banyak hal atau penghambat dalam melakukan bisnis, baik itu bisnis besar maupun bisnis kecil pasti memiliki banyak kendala. mulai dari segi persaingan, modal, bentuk atau model usaha bisnis dalam penjualan, maka dari itu peneliti menjelaskan apa saja penghambat Pedagang Canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram. Oleh karena itu peneliti menjelaskan terlebih dahulu apa itu faktor penghambat dan faktor pendukung dalam dunia usaha atau bisnis.

Faktor pendukung dari seorang pedagang canang yaitu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, setiap pedagang pasti membutuhkan keinginan dan hal lainnya baik dari segi kebutuhan pokok dan kebutuhan lainnya. Kemudian sisi lain yang menjadi faktor utama atau pendukung dari seorang pedagang canang yaitu untuk kebutuhan pangan, kebutuhan sandang dan kebutuhan lainnya, sehingga membuat pedagang canang mendapat motivasi untuk memilih berjualan canang dengan keuntungan yang tidak seberapa. Menjadi seorang pedagang canang beberapa faktor penghambat yaitu pada saat menjual canang modal yang masih kurang cukup sehingga menjadikan pedagang canang sulit untuk berjualan. Selain itu juga pedagang canang masih kurang mengetahui bagaimana mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya karena persaingan yang begitu banyak pedagang canang sehingga sulit untuk mendapatkan keuntungan dari hasil penjualan canang tersebut. Sedangkan disisi lain yang masih menjadi kendala pedagang canang yaitu pada saat hari-hari biasa pendapatan menurun kerana pembeli atau pelanggan hanya akan membeli sarana persembahyangan tersebut pada saat hari raya umat Hindu seperti Galungan, Kuningan dan hari raya lainnya. Disamping itu juga pada hari-hari biasa pedagang canang selalu mempersiapkan sarana persembahyangan tetapi jarang pembeli yang datang, sehingga modal yang dikeluarkan oleh pedagang canang pun tidak sesuai dengan keuntungan yang didapatkan oleh pedagang canang sehingga pendapatan menurun. Tetapi pada hari raya besar pedagang canang mulai meningkatkan penjualan yang pada umumnya hari-hari biasa harga canang Rp. 5.000.00 dengan isi 12-15 biji per bungkus kemudian pada hari raya/rahinan menurunkan isi dari

canang yang umumnya 12-15 biji per bungkus kemudian menjadi 10 biji per bungkus dengan harga yang masih tetap sama yaitu 5.000.00. Tak hanya pedagang canang yang sebagian masih tetap menjual canang dengan isi 12-15 biji per bungkus pada saat hari raya besar dengan isi 12-15 per bungkus yang masih tetap sama, sebab pedagang canang tersebut mempunyai langganan pedagang bunga sehingga pedagang canang tersebut tidak ingin menaikkan harga ke pelanggannya walaupun pada saat hari raya besar seperti hari Raya Galungan dan Hari Kuningan. Kemudian dari pembeli pedagang canang akan menurunkan isi dari canang tetapi masih dengan harga yang sama, disamping itu juga pedagang canang yang tidak mempunyai langganan bunga mereka hanya membeli sarana persembayangan seperti janur, bunga, porosan, dan sam-sam dipasar sehingga pedagang canang juga menurunkan isi dari canang tersebut.

#### Modal

Modal adalah salah satu hal yang paling berperan penting dalam memulai bisnis karena tanpa modal usaha tidak akan berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan dari pebisnis tersebut. Oleh karena itu pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram sebagian berjalan dengan modal sendiri sedangkan sebagian pedagang canang lainnya tidak memiliki modal tersendiri sehingga harus meminjam ke koperasi atau orang yang mau bersedia untuk meminjamkan dengan bunga 5 persen. Jadi yang menjadi kendala pedagang canang dalam meningkatkan penjualan yaitu modal, karena tanpa modal pedagang canang tersebut susah untuk berjalan mereka hanya bisa berjalan pada saat mempunyai modal.

#### Persaingan

Oleh karena itu yang menjadi penghambat bagi seorang pedagang canang yaitu dimana persaingan adalah hal yang normal bagi setiap pedagang untuk mencari pelanggan atau pembeli. Jadi bagi pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram, hal ini yang menjadi penghambat atau kendala dalam berjalan dalam arti jumlah pedagang canang yang semakin banyak menyebabkan kesulitan untuk mendapatkan pembeli.

### Harga

Di sisi lain yang menjadi penghambat pedagang canang yaitu pada saat hari raya Galungan dan kuningan harga bunga di pasar mulai mahal sehingga menjadi kendala bagi setiap pedagang canang dalam melakukan penjualan.

### Pendapatan

Peneliti juga melihat seberapa banyak pendapatan pedagang canang, misalnya pada saat hari-hari biasa pendapatan yang didapatkan dalam satu hari biasa mencapai Rp 50.000.00 perhari sedangkan pada saat hari raya besar seperti Galungan, Kuningan dan hari raya lainnya, pendapatan meningkat mulai dari Rp. 200.000.00 sampai dengan Rp. 500.000.00 tergantung canang yang dijual seberapa banyak persediaan yang kemudian disediakan oleh pedagang canang terhadap pembeli atau pelanggan sehingga kebutuhan terpenuhi sesuai yang diharapkan. Sedangkan pendapatan yang didapatkan oleh pedagang canang tidak sesuai dengan modal yang dikeluarkan sehingga itu menjadi penghambat bagi setiap pedagang canang bagi setiap pedagang canang untuk mendapatkan pendapatan yang sesuai dengan yang diharapkan.

Faktor pendukung dan penghambat kelompok pedagang canang dapat dikaji dengan Teori Prestasi dimana teori ini dapat memberikan keberhasilan suatu usaha yang sedang dijalankan sehingga mendapat sebuah keberhasilan, dimana Teori ini akan memberikan pedagang canang suatu ide baru untuk menciptakan keberhasilan dari suatu usaha canang tersebut. Teori Prestasi tersebut juga dapat dikaitkan dengan faktor penghambat bagi pedagang canang dimana saat pedagang canang tidak niat atau motivasi dalam berdagang canang. Hal ini yang menyebabkan tingkat perekonomian masyarakat pedagang canang menurun sehingga dalam berjualan usaha tidak berjalan dengan lancar sesuai yang diinginkan pedagang canang. Sedangkan pada saat pedagang canang fokus dalam berjualan, maka usaha akan berjalan dengan lancar sehingga dapat menimbulkan penjualan yang lebih baik dalam menjalankan usaha canang tersebut.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa trend penjualan kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram.

dapat dilihat dari bertambahnya jenis-jenis barang yang dijual. Tidak hanya canang yang dijual tetapi juga dengan menambahkan berbagai jenis barang berupa daun pisang, buah pisang, bensin, kelapa mudah, daun pandan, daun sirih, gula merah, celengan yang terbuat dari tanah liat dan sarana persembahyangan umat Hindu lainnya. Terjadi peningkatan kualitas penjualan saat hari raya besar seperti hari Raya Galungan dan Kuningan. Bentuk inovasi pelayanan kelompok pedagang canang di Lingkungan Karang Jasi Kota Mataram yaitu sebelumnya seorang pedagang canang memberikan pelayanan dilapak saat ini kemudian dilakukan juga dengan cara pengantaran ke rumah pelanggan. Umumnya pemesanan menggunakan komunikasi telepon atau *WhatsApp*. Tidak hanya itu pedagang canang juga memberikan pelayanan sampai keluar daerah seperti pulau Sumbawa dimana hal tersebut pedagang canang bekerja sama dengan orang yang akan mengantar sarana persembahyangan. Terdapat faktor pendukung adanya inovasi pedagang canang yaitu motivasi karena tuntutan biaya hidup sehari-hari, biaya sekolah, keinginan untuk mengembangkan usaha, keinginan untuk mendapatkan keuntungan lebih sebaliknya penghambat kelompok pedagang canang dalam melakukan inovasi pelayanan dan kelompok pedagang canang, yaitu kurangnya modal, kurangnya pengetahuan, rendahnya jejaring pemasaran, banyaknya pesaing.

### **Daftar Pustaka**

- Agus Bhakti. 2016. Inovasi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Di Sakilla Jember. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.
- Agustianti, Rifka, dkk. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif. Gowa: Tohar Media
- Anwar, Mokhamad. 2019. Dasar-dasar Manajemen Keuangan Perusahaan. Edisi 1, Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP
- Badan Pusat Statistik. 2024. Berita Resmi Statistik : Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2024. Jakarta: Badan Pusat Statistik. Diakses 27 Agustus 2024 pada <https://www.bps.go.id>
- Kasmadi, dkk. 2013. Panduan Modern Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Poddala, Paramita, dkk. (2023). Sistem Informasi Akuntansi & Bisnis. Banten: Sada Kurnia Pustaka.
- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2021. METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D. Bandung:Alfabeta