

**PASARAN JAWA: FENOMENA PASAR HEWAN TRADISIONAL DI
JOMBANG
(Studi Pada Pasar Sapi dan Kambing Tunggorono Jombang)**

ABSTRAK

Oleh :
Teguh Santoso
1761102

Dosen pembimbing :

Chusnul Rofi'ah, S.E, M.M

Dalam pengambilan keputusan, pelaku usaha mempertimbangkan beberapa hal dimana disesuaikan dengan konsumen local seperti fenomena pasaran Jawa yang terjadi di masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pelaku jual beli hewan menerapkan pasaran Jawa dalam menjalankan kegiatan usaha.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian Etnografi. Informan penelitian ini berjumlah 2 orang pelaku usaha tradisional yang memiliki unsur demografi yang hampir sama. Teknik pengumpulan data menggunakan simple riset desain *with* triangulasi teori. Analisis data menggunakan informasi, observasi dan kutipan.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pelaku jual beli hewan tradisional di Tunggorono Jombang menjadikan pasaran Jawa sebagai strategi pemasaran tradisional. Strategi pemasaran dilakukan dengan memperhatikan segmentasi konsumen lokal. Berbagai faktor yang mempengaruhi para pelaku jual beli hewan menerapkan pasaran Jawa antara lain, tradisi dan budaya pasar, ngepul (berkumpul) hanya dilakukan di pasar hewan Tunggorono Jombang pada hari Kliwon. Hal ini menjadikan pasaran Jawa sebagai strategi defensive bagi beberapa pelaku jual beli hewan tradisional di Kecamatan Jombang.

Kata Kunci: Pasaran Jawa, Pelaku jual beli hewan Tradisional, Kebudayaan Jawa, Strategi Pemasaran *place*.

**JAVANESE MARKET: PHENOMENA OF TRADITIONAL ANIMAL
MARKET IN JOMBANG**

(A Study on Tunggorono Jombang Cattle and Goat Market)

ABSTRACT

By :

Teguh Santoso

(1761102)

Advisor:

Chusnul Rofi'ah, S.E, M.M

In making decisions, business actors consider several things which are adapted to local consumers, such as the Javanese market phenomenon that occurs in the community. The purpose of this study was to identify and analyze the perpetrators of buying and selling animals using the Javanese market in carrying out their business activities.

This study uses a qualitative approach with the type of ethnographic research. The informants of this study amounted to 2 traditional business actors who have almost the same demographic elements. Data collection techniques using simple research design with triangulation theory. Data analysis using information, observations and quotes.

The findings of the study indicate that traditional animal traders in Tunggorono Jombang use the Javanese market as a traditional marketing strategy. The marketing strategy is carried out by taking into account the segmentation of local consumers. Various factors that influence the buying and selling of animals to apply the Javanese market, among others, the tradition and culture of the market, gathering (gathering) is only done at the Tunggorono Jombang animal market on Kliwon day. This makes the Javanese market a defensive strategy for several traditional animal traders in Jombang District.

Keywords: Javanese Market, Traditional Animals Trader, Javanese Culture, Place Marketing Strategy