

# **SAKRALISASI PASAR KERAMAT DESA WARUGUNUNG, PACET, MOJOKERTO**

Disusun untuk Memenuhi Tugas Akhir dalam Mendapatkan Gelar Sarjana Agama (S.Ag)  
dalam fakultas Ushuluddin dan Filsafat



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

Oleh:

**MIFTAKHUL KHOIROH NOR DERISMA**

**NIM : 07010221007**

**PROGRAM STUDI AGAMA AGAMA**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2025**

### PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftakhul Khoiroh Nor Derisma  
NIM : 07010221007  
Tahun Masuk : 2021  
Program Studi : Studi Agama Agama  
Fakultas : Ushuluddin dan Filsafat  
Judul Skripsi : Sakralisasi Pasar Keramat Desa Warugunung, Pacet, Mojokerto

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian dan karya saya sendiri, bukan pengambilan tulisan atau karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk seumbernya berdasarkan kode etik ilmiah.

Surabaya, 13 Maret 2025

Saya yang menyatakan



Miftakhul Khoiroh Nor Derisma

### **Persetujuan Pembimbing**

Skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Pasar Keramat Desa Warugunung, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto" yang ditulis oleh Miftakhul Khoiroh Nor Derisma dengan NIM 07010221007 ini telah disetujui oleh:

Surabaya, 27 February 2025

Dosen Pembimbing



Dr. Nasruddin, S.Pd S.Th.I, MA

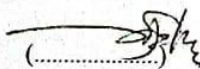
NIP, 19730803200801



## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ Sakralisasi Pasar Keramat Desa Warugunung, Pacet, Mojokerto” yang ditulis oleh Nafisa Aliefia Ramadhyna telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 18 Maret 2025.

### Tim penguji

1. Dr. Nasruddin, S.Pd, S.Th.I, MA :  (.....)
2. Dr. Akhmad Siddiq, MA :  (.....)
3. Dr. Haqqul Yaqin, M. Ag. :  (.....)
4. Muh. Afdillah, S.Th.I., M.Si., M.A. :  (.....)

Surabaya, 19 Maret 2025



Abdul Kadir Riyadi, Ph.D

NIP. 197008132005011003





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**  
**PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300  
 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Miftakhu Khoirah Nor Darima.  
 NIM : 07010221007.  
 Fakultas/Jurusan : fakultas uhludin dan filsafat / studi Agama-agama.  
 E-mail address : nur.miftakhu1094@gmail.com.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi    ☐ Tesis    ☐ Desertasi    ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Sakralisasi Pasar Keramat.  
Sakralisasi Pasar Keramat Desa Warugunung, Pacet,  
Mojokerto.

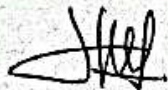
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis

  
 (Miftakhu Khoirah Nor Darima)  
 nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

Judul : Sakralisasi Pasar Keramat Desa Warugunung, Pacet, Mojokerto.

Nama : Miftakhul Khoiroh Nor Derisma

Dosen Pembimbing : Dr. Nasruddin, S.Pd, S.Th.I, MA

Pasar Keramat di Desa Warugunung, Pacet, Mojokerto telah berkembang menjadi pusat ekonomi yang memberikan kontribusi kehidupan yang signifikan bagi masyarakat setempat, dan sekarang telah menjadi ikon wisata budaya. Strategi pemasaran yang diterapkan bersifat tradisional dan memanfaatkan media sosial. Penelitian ini mengkaji strategi pemasaran Pasar Keramat Desa Warugunung, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analitis. Untuk mendapatkan data, penelitian menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk menganalisis data yang terkumpul, penelitian ini memakai analisis model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa i) produk yang dijual di pasar ini mayoritas terdiri dari makanan dan minuman tradisional yang kaya akan cita rasa dan keunikan budaya lokal, ii) lokasi Pasar Keramat, yang berada di hutan bambu, mengingatkan pengunjung pada suasana pasar zaman dahulu, memberikan pengalaman yang otentik dan khas, selain itu Pasar ini terletak di tenggah makam pemilik tanah dahulu, iii) Harga yang ditawarkan di pasar sangat terjangkau dan transaksi yang digunakan berupa koin gobog, yang merupakan alat transaksi pada zaman Majapahit, sehingga dapat menciptakan nuansa sejarah yang kental, iv) Promosi yang dilakukan seperti pada pengelola pasar pada umumnya yaitu memanfaatkan media sosial, pamflet, dan pengunjung, v) Sementara itu, waktu operasional Pasar Keramat mengikuti kalender Jawa, yakni hanya buka pada hari Minggu Wage dan Minggu Kliwon, yang menambah daya tarik budaya serta keunikan pasar ini.

**Kata kunci: produk, harga, tempat, promosi, waktu.**



## DAFTAR ISI

|                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| PERNYATAAN KEASLIAN .....             | I         |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING .....          | II        |
| LEMBAR PENGESAHAN .....               | III       |
| MOTTO .....                           | IV        |
| KATA PENGANTAR .....                  | VI        |
| LEMBAR PERSEMBAHAN .....              | VII       |
| ABSTRAK.....                          | X         |
| RIWAYAT HIDUP .....                   | XI        |
| DAFTAR ISI.....                       | XII       |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>      | <b>1</b>  |
| A.    Latar Belakang .....            | 1         |
| B.    Rumusan Masalah .....           | 10        |
| C.    Tujuan Penelitian.....          | 11        |
| D.    Manfaat penelitian.....         | 11        |
| E.    Penelitian Terdahulu .....      | 12        |
| F.    Metode Penelitian .....         | 13        |
| 1.    Jenis Penelitian .....          | 13        |
| 2.    Pendekatan Penelitian.....      | 14        |
| 3.    Sumber Data .....               | 14        |
| 4.    Teknik Pengumpulan Data .....   | 14        |
| 5.    Teknik Analisis Data .....      | 16        |
| G.    Sistematika Pembahasan .....    | 16        |
| <b>BAB II STRATEGI PEMASARAN.....</b> | <b>18</b> |
| A.    Produk (Product) .....          | 18        |
| B.    Tempat (Place) .....            | 20        |
| C.    Harga (Price) .....             | 24        |
| D.    Promosi.....                    | 27        |
| E.    Waktu .....                     | 31        |
| <b>BAB III PENYAJIAN DATA .....</b>   | <b>35</b> |
| A.    Profil Pasar Keramat .....      | 35        |

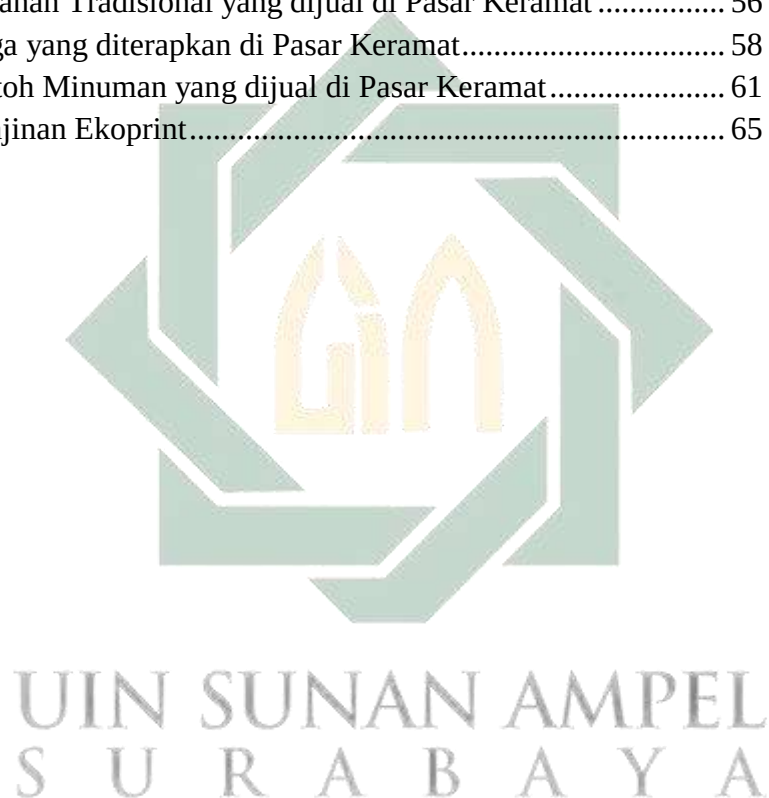
|                           |                                                 |     |
|---------------------------|-------------------------------------------------|-----|
| 1.                        | Sejarah Pasar Keramat.....                      | 35  |
| 2.                        | Operasional dan Pengelolaan Pasar Keramat ..... | 42  |
| 3.                        | Alat transaksi di Pasar Keramat.....            | 46  |
| 4.                        | Barang jualan.....                              | 47  |
| B.                        | Strategi Pemasarn Pasar Kermat .....            | 56  |
| 1.                        | Makanan .....                                   | 56  |
| 2.                        | Minuman.....                                    | 61  |
| 3.                        | Kerajinan .....                                 | 65  |
| BAB IV ANALISIS DATA..... |                                                 | 71  |
| A.                        | Strategi Pemasaran Makanan .....                | 71  |
| 1.                        | Produk.....                                     | 71  |
| 2.                        | Harga .....                                     | 75  |
| 3.                        | Tempat.....                                     | 75  |
| 4.                        | Promosi.....                                    | 77  |
| 5.                        | Waktu.....                                      | 78  |
| B.                        | Strategi Pemasaran Minuman.....                 | 79  |
| 1.                        | Produk.....                                     | 79  |
| 2.                        | Harga .....                                     | 82  |
| 3.                        | Tempat.....                                     | 84  |
| 4.                        | Promosi.....                                    | 85  |
| 5.                        | Harga .....                                     | 86  |
| C.                        | Strategi Pemasaran Kerajinan .....              | 87  |
| 1.                        | Produk.....                                     | 87  |
| 2.                        | Harga .....                                     | 89  |
| 3.                        | Tempat.....                                     | 91  |
| 4.                        | Promosi.....                                    | 92  |
| 5.                        | Waktu.....                                      | 93  |
| BAB V KESIMPULAN.....     |                                                 | 96  |
| A.                        | Kesimpulan.....                                 | 96  |
| B.                        | Saran.....                                      | 97  |
| DAFTAR PUSTAKA .....      |                                                 | 98  |
| LAMPIRAN.....             |                                                 | 102 |



|                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| Wawancara 1. Dengan Bapak Budi selaku pamong Pasar Keramat.....          | 102 |
| Wawancara 2 dengan Mas Yas selaku penjual salah satu Kuliner Tradisional | 102 |
| Wawancara 3 dengan Bu riani selaku penjual es selendang mayang .....     | 102 |
| Wawancara 4 dengan Ibu Kasiani selaku Penjual Nasi Gudheg .....          | 103 |
| Wawancara 5 dengan Ibu Kamsiatun selaku ouner ekoprint.....              | 103 |

## Daftar Gambar

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 3.1 Pintu masuk Pasar Keramat .....                        | 35 |
| Gambar 3.2 Batu Potongan Candi yang dijadikan Tugu Keramat.....   | 38 |
| Gambar 3.3 Hari dan Jam operasional Pasar Keramat .....           | 42 |
| Gambar 3.4 Makanan Tradisional yang dijual di Pasar Keramat ..... | 56 |
| Gambar 3.5 Harga yang diterapkan di Pasar Keramat.....            | 58 |
| Gambar 3.6 Contoh Minuman yang dijual di Pasar Keramat.....       | 61 |
| Gambar 3.7 Kerajinan Ekoprint.....                                | 65 |



## DAFTAR PUSTAKA

- Aksara, Mia, Global Akademia, and Aksara Global Akademia, *Metode Penelitian Kualitatif* (Garut, 2023)
- Alma, Buchari, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung, 2007)
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. (Indonesia: Raja Grasindo Persada, 2007)
- Berutu, Ali Geno, 'Metodologi Penelitian Noeng Muhajir', December 2017, 2019  
<<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20452.73607>>
- Bustanuddin, Agus, *Agama Dalam Kehidupan Manusia: Pengantar Antropologi Agama* (jAKARTA: Raja GrafindoPersada, 2006)
- Dan, Thorik Gunara, and Utus Hardiono Sudibyo, *Marketing Muhammad Strategi Andal Dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad Saw*, ed. by Tim Salamadani (Bandung: PT karya Kita)
- Dr.Kasmir, S, E., M.M, and M.M. Jakfat, S.E., *Study Kelayakan Bisnis*, ed. by Jefry (jAKARTA: kENCANA PRENADA MEDIA GROUP, 2003)
- Eliade, Babuts dan Miecea, *Myth, Religion, and History*. Routledge, 2017
- Eliade, cave and Mircea, *Interpretation of Sacred Space and Its Role Toward the Cultivation of Virtue. Changing Religious Worlds: The Meaning and End of Eliade*, Ed. Bryan Rennie. State University of New York Press (Albany, 2001)
- Eliade, Mircea, *Sakral Dan Profan*, Terj. Nuwanto (Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru, 2002)
- Elsa Nur Aini, 'PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA WARUGUNUNG MELALUI PASAR KERAMAT SEBAGAI PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT', 2024  
<<http://repository.unim.ac.id/id/eprint/5518>>
- Hasanah, Dian Uswatun, Yusrani Quqotus Namia, and Alif Nur Khayati, 'FILOSOFI KULINER TRADISIONAL KHAS JAWA SEBAGAI IDENTITAS NILAI KEARIFAN LOKAL MELALUI PEMBELAJARAN BIPA', 2019, 486–99
- Hasanah, Hasyim, 'Teknik-Teknik Observasi', *Jurnal At-Taqaddum*, 8 (2016), 21–46

- Hasibuan, Syahril, Iesyah Rodliyah, Sitti Zuhaerah Thalbah, Paskalina Widiastuti Ratnaningsih, and Andi Aris Mattunruang S E, *Tahta Media Group*, ed. by M.Pd Dr. Muhammad Hasa, S.Pd. (Makasar, 2022)
- Helmi, Muhammad, 'Acred Places: The Interaction Between Space, Time and Faith. In *Advances in Utopian Studies and Sacred Architecture*', 2023  
<[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-39582-6\\_11](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-39582-6_11)>
- Hidayat, Ridwan, 'Komentar Materi 1 Mircea Eliade 1907-1986', 11 Januari, 2022
- Hurriyati, Buchari Alma dan Ratih, *Manajemen Corporate Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan* (Bandung, 2008)
- J.stanton, William, *Prinsip Pemasarn*, ed. by MBA Gunawan Hutaauruk (Jakarta: Erlangga, 1993)
- Kamir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Persada Permai, 2006)
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT.Macanan Jaya Cemerlang, 2007)
- Keller, Philip Kotler dan Kevin Lene, *Manajemen Pemasaran*, edisi keti (Jakarta, 2007)
- Khabsari Indah, 'EKSPLORASI ETNOMATEMATIKA PADA PASAR KERAMAT DI MOJOKERTO', 2024 <<http://repository.unim.ac.id/id/eprint/5096>>
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran* edisi 11 (Jakarta: Erlangga, 2005)
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2014)
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta, 1997) <Erlangga>
- Liem, Rinda, and Yasraf Amir Piliang, 'Tinjauan Paradoks Nilai Sakral Dan Profan Pada Produk Kerohanian Dalam Analisa Semiotika Pemasaran', *Product Design*, 1.1 (2012), 161586
- Lisnawati, *Manajemen Pemasaran Islam*, 2012
- Lovelock, Christopher, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*, 7th edn (Jakarta: Erlangga, 2010)



- Mircea Eliade, dan Muhammad Meslin, *The Sacralization of Time in the Thought of Mircea Eliade. The International Eliade*, 2007
- Philip Kotler dan ' , and Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1997)
- Prof. Lexy J. Moleong, M.A, *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung, 2014)
- Qurbani, Derita, Aria Aji Priyanto, Ali Zaenal Abidin, Sinta Sulistiani, Dosen Ekonomi, Fakultas Ekonomi, and others, 'PERENCANAAN WAKTU DAN PERENCANAAN KEUANGAN IBU-IBU PKK DI KELURAHAN REMPOA, KECAMATAN CIPUTAT TIMUR, KOTA TANGERANG SELATAN', *Jurnal LOKABMAS*, 01.03 (2020), 69–80
- Rachmawati, Imami Nur, 'PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN KUALITATIF ', *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11 (2007), 35–40
- Radiosunu, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: BPFE, 1983)
- Rohma, Nur Faizatur, 'Wisata Budaya Dan Kuliner Pasar Keramat Pacet Di Media Sosial', *Jurnal Kajian Sosiologi*, 13.1 (2024), 93–104  
<<https://doi.org/https://doi.org/10.21831/dimensia.v13i1.67867>>
- Rusyidi, Binahayati, and Muhammad Fedryansah, 'Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat', *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial*, 1.3 (2018), 155–65
- Simamora, Bilson, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif Dan Profitabel* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001)
- Sunyoto, Danag, *Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)
- Tjiptono, Fandi, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997)
- (سورابايا) شمي, السيد أحمد الها, مختار الأحاديث النبوية
- Budi Harjo, Wawancara, Mojokerto, 23 Desember 2024
- Bu Kamsiatun, Wawancara, Mojokerto, 2 Februari 2025
- Bu Kasiani, Wawancara, Mojokerto, 2 Februari 2025

Bu luluk, Wawancara, Mojokerto, 9 Januari 2025

Mas Yas, Wawancara, Mojokerto, 16 Februari 2025



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A