



**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR  
TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN PEDAGANG**  
(Studi Kasus di Pasar sinunukan Kabupaten Mandailing Natal)

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**RAMITA**

NIM. 19 402 00047

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2023**



**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR  
TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN PEDAGANG  
(Studi Kasus di Pasar sinunukan Kabupaten Mandailing Natal)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
dalam Bidang Ekono  
mi Syariah*

**Oleh**

**RAMITA**

**NIM. 19 402 00047**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2023**



**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR  
TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN  
KEPUASAN PEDAGANG**  
(Studi Kasus di Pasar sinunukan Kabupaten Mandailing Natal)

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh:**

**RAMITA**  
NIM. 19 402 00047

**Pembimbing I**

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.**  
NIP. 197808182009011015

**Pembimbing II**

**UDI AINI, M.E.**  
NIP. 198912252019032010

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY**  
**PADANGSIDIMPUAN**  
**2023**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang KotaPadangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Hal : LampiranSkripsi  
a.n. Ramita  
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 2023  
KepadaYth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Syahada Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Ramita** yang berjudul “ **Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang** ” Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikumWr. Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Dr. Darwis Harahap, S.H.I.,M.Si.**  
**NIP. 1978 0818 2009 0110 15**

**PEMBIMBING II**

**Ihdi Aini, M.E**  
**NIP. 1989 1225 2019 0320 10**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ramita  
NIM : 19 402 00047  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 25 Juli 2023

Saya yang Menyatakan,



*Ramita*  
**Ramita**

**NIM. 19 402 00047**

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ramita  
NIM : 19 402 00047  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

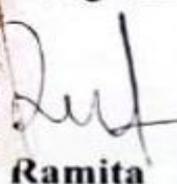
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang**". Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 25 Juli 2023

Yang menyatakan,





**Ramita**  
**NIM. 19 402 00047**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang Kota Padangsidempuan 22733  
Telepon. (0634) 220801 Facsimile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Ramita  
NIM : 19 402 00047  
Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional  
Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang.

Ketua,

Nofinawati, MA  
NIDN. 2016118202

Sekretaris,

Sry Lestari, S.H.I., M.E.I  
NIDN. 2005058902

Anggota

Nofinawati, MA  
NIDN. 2016118202

Sry Lestari, S.H.I., M.E.I  
NIDN. 2005058902

Rizal Ma'aruf Amidy Siregar, MM  
NIDN. 2006118105

Adanan Murroh Nasution, MA  
NIDN. 2104118301

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidempuan  
Hari/Tanggal : Jum'at, 28 Juli 2023  
Pukul : 10.30 WIB s/d 14.00 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus / 72 (B)  
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,45  
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang Kota Padangsidimpuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

## PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam  
Meningkatkan Kepuasan Pedagang.  
NAMA : Ramita  
NIM : 19 402 00047

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas  
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 15 Agustus 2023  
Dekan,

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. ✓  
NIP. 197808182009011015

## ABSTRAK

**Nama : Ramita**  
**Nim : 1940200047**  
**Judul : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang.**

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah pasar Tradisional, tidak ada pengembangan dan renovasi bangunan. Permasalahan yang terjadi karena pelayanan yang lambat terhadap keluhan yang disampaikan oleh pedagang kepada pengelola pasar yang mengakibatkan pasar tradisional tidak berkembang dan tidak bisa mewujudkan pasar tradisional yang nyaman, bersih, dan memberi pendapatan yang lebih baik bagi pedagang maupun kenyamanan bagi konsumen untuk berbelanja di pasar Sinunukan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang pada pasar tradisional disinunukan.

Landasan teori penelitian ini adalah strategi pengembangan pasar yang berhubungan dengan ilmu ekonomi. teori-teori yang di gunakan dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan pasar, pengertian pengembangan pasar tradisional, tujuan pengembangan pasar tradisional, strategi pengembangan pasar tradisional, kepuasan pedagang, metode pengukuran kepuasan, dimensi kepuasan pelayanan dan jasa, metode pengukuran kepuasan dan pasar dalam ekonomi islam.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Subjek penelitian ini adalah pedagang dan pengelola pasar. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi, Teknik analisis data yang digunakan adalah SWOT, matriks IFAS dan matriks EFAS dan matriks analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan analisis matriks SWOT, strategi yang digubakan adalah strategi, WO (*Weaknesss of opportunities*), Demikian dengan kesimpulan : meningkatkan kebersihan, keamanan, dan ketertibab, agar daya beli konsumen di pasar sinunukan semakin tinggi, Nebingkatkan pelayanan dan fasilitas pendukung dan meningkatkan sytem tata keloilah dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi.

***Kata Kunci: Strategi, Pengembang Pasar Tradisional, Kepuasan Pedagang.***

## KATA PENGANTAR



**Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “**Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang**”. Serta tidak lupa sholawat serta salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku wakil Rektor Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Adminitrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, sebagai ketua program studi Ekonomi Syariah dan sekretaris Ibu Rini Hayati Lubis, M.P serta civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan
4. Bapak Dr Darwis harahap,S.H.I.,M.Si selaku pemimbing I dan Ibu Ihdi Aini, M.E.selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum selaku Kepala Perpustakaan serta pengawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam pros-

es perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

7. Teristimewa terima kasih kepada ayah (Samsuar) dan Umak (Nisma sari harahap) yang telah banyak melimpahkan pengorbanan, kasih sayang, bimbingan dan memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini serta do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terima kasih juga kepada Itokku (Idris Pandi tanjung, Asrul Tanjung dan Indra tanjung) dan adek-adek saya tersayang a Ainun, Yelsa yang menjadi motivasi terkuat dalam perkuliahan dan penelitian skripsi ini. Semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdausnya.
8. Sahabat-sahabat tercinta tak lupa juga kepada teman-teman 1 (satu) kos yang juga memberikan semangat buat peneliti dalam perkuliahan ini.
9. Seluruh mahasiswa Ekonomi Syariah 2 angkatan 2019. Yang telah memberikan bantuan, semangat, dorongan, dan motivasi kepada penulis. Serta semua pihak yang telah berperan membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
10. Ucapan terima kasih untuk teman-teman KKL, dan Magang tahun 2022 yang telah memberikan semangat kepada peneliti
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Sungguh telah sangat berarti pelajaran dan pengalaman yang peneliti temukan dalam proses perkuliahan dan penyusunan skripsi ini hingga menuju tahap ujian akhir.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan, kemampuan dan pengalaman peneliti, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Padangsidempuan, Maret 2023

Peneliti,

**RAMITA**  
**NIM. 1940200047**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### A. Konsonan

Pedoman konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathah	A	A
— —	Kasrah	I	I
— — —	dommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda Dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
..ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و .....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan-Tanda	Nama
اَ...اِ...اِوْ... ..	fathah dan alif atau ya	-	a dan garis atas
اِ...اِوْ...	Kasrah dan ya	-	i dan garis di bawah
اِوْ...	dommah dan wau	-	u dan garis di atas

### C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1 *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- 2 *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### D. Syaddah (Tasydid)

*Syaddah* atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

## A. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu  $\text{ا}$ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskandidepan dan sesuai dengan bunyinya.

## F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

## G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula

dirangkaikan.

## **H. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **I. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslit bang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama, 2003

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENULIS SKRIPSI SENDIRI

SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

ABSTRAK ..... i

KATA PENGANTAR..... ii

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN ..... vi

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL ..... xiii

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR LAMPIRAN ..... xvii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Lata Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	6
C. Batasan Istilah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Manfaat Penelitian .....	9
G. Sistematika Pembahasan .....	10

### BAB II JINJAUAN PUSTAKA

1. Kerangka Teori.....	13
A. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional .....	13
1. Pengertian Strategi.....	13
2. Ciri-Ciri Pasar Tradisional.....	14
3. Tujuan Pengembangan pasar tradisional .....	16
4. Strategi pengembangan pasar tradisional .....	16
B. Kepuasan pedagang.....	21
1. Dimensi kepuasan pelayanan dan jasa .....	21
2. Metode pengukuran kepuasan .....	24
C. Pasar dalam Ekonomi Islam .....	25

D. Penelitian Terdahulu .....	29
-------------------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
B. Jenis dan Meode Penelitian .....	33
C. Subjek dan Objek penelitian.....	34
D. Sumber Data .....	34
1. Data primer .....	34
2. Data sekunder .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35
1. Observasi .....	35
2. Wawancara .....	36
3. Dokumentasi.....	36
F. Teknis Analisis Data .....	36
1. Analisis SWOT .....	36
2. Analisis IFE dan EFE .....	37
3. Analisis matrik SWOT .....	39

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Pasar Tradisional Sinunukan.....	41
1. Profl pasar tradisional sinunukan .....	41
2. Visi Misi dan Tujuan Pasar Tradisional Sinunukan.....	41
3. Struktur organisasi pasar sinunukan.....	43
B. Hasil penelitian.....	45
1. Analisis SWOT .....	45
2. Analisis IFE dan EFE.....	58
3. Analisis matrik SWOT .....	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
D. Keterbatasan Hasil Penelitian.....	67

### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	71

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel II.2	Matriks IFAS dan EFAS .....	44
Tabel II.3	Matrik SWOT.....	45
Tabel II.4	Karakteristik informan .....	53
Tabel II.5	Faktor-Faktor strategi internal.....	58
Tabel II.6	Hasil Analisis Matriks IFAS .....	60
Tabel II.7	Hasil Analisis Matriks EPAS .....	61
Tabel II.8	Analisis Matriks SWOT .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Bagan Struktur Pasar tradisional.....	55
---	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Dokumentasi
- Lampiran 2 Data Informan
- Lampiran 3 Daftar Wawancara
- Lampiran 4 Surat Izin Riset
- Lampiran 5 Surat Balasan Izin Riset
- Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Cita-cita dalam bernegara adalah untuk mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur. Untuk mewujudkan cita-cita itu maka perlu melaksanakan pembangunan. Melalui pembangunan, pemerintah bermaksud meningkatkan kemakmuran masyarakat secara bertahap dan berkesinambungan, yaitu dengan cara meningkatkan konsumsinya. Karena peningkatan konsumsi sangat tergantung pada peningkatan pendapatan, dan peningkatan pendapatan sangat tergantung pada peningkatan produksi, maka sebagai pelaku ekonomi setiap anggota masyarakat selayaknya turut serta dalam proses pembangunan.<sup>1</sup>

Pasar adalah bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi (keseluruhan permintaan dan penawaran).<sup>2</sup> Belakangan ini seiring dengan meningkat dan majunya perekonomian secara global, termasuk di Indonesia ada kecenderungan masyarakat lebih suka berbelanja di pasar yang dikelola secara modern. Pendapatan masyarakat yang bertambah akan meningkatkan gaya dan pola hidup mereka. Masyarakat dengan gaya hidup modern sekarang lebih menyukai pasar dengan sistem pengelolaan secara

---

<sup>1</sup> Alfianita, "Revitalisa pasar tradisional" *jurnal Adminitrasi Puplik*, Volume 3, No. 3 hlm. 758.

<sup>2</sup> Iskandar Putong, *Economics Pengantar Mikro Dan Makro*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 237.

modern, mudah, bersih, nyaman, praktis dan memiliki pilihan barang yang lengkap.<sup>3</sup>

Pasar tradisional memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi karakter dasar yang sangat sulit diubah, mulai dari faktor desain, tata ruang, tata letak, dan tampilan yang tidak sebaik pusat perbelanjaan modern, alokasi waktu operasional yang relatif terbatas, kurangnya teknologi yang digunakan, kualitas barang yang kurang baik, kurangnya promosi penjualan, rendahnya tingkat keamanan, kesemerawutan parkir, hingga berbagai isu yang merusak citra pasar tradisional seperti maraknya informasi kecurangan-kecurangan dalam aktivitas penjualan dan perdagangan. Kompleksitas kelemahan pasar tradisional tersebut menyebabkan konsumen beralih dari pasar tradisional ke pusat perbelanjaan modern.

Pembenahan pasar tradisional sinunukan sering kali sebatas pembenahan fisik bangunan pasar dengan merenovasi bangunan pasar atau membangun pasar baru. Pembangunan atau renovasi bangunan pasar tidak serta merta mampu mewujudkan pasar tradisional yang nyaman, bersih, dan memberi pendapatan yang lebih baik bagi pedagang maupun kenyamanan bagi konsumen untuk berbelanja di pasar tradisional.<sup>4</sup>

Berdagang adalah aktivitas yang paling umum dilakukan di pasar. Untuk itu al-Qur'an memberikan pencerahan terhadap aktivitas dalam pasar dengan sejumlah rambu dan peraturan permainan, dengan tujuan supaya dapat

---

<sup>3</sup> Herman Malano, *Selamatkan Pasar Tradisional*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2011), h.76.

<sup>4</sup> M. Chatib Basri, DKK, *Rumah Ekonomi Rumah Budaya (Membaca Kebijakan Perdagangan Indonesia)*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, hlm. 146.

menegakkan keadilan untuk kepentingan semua pihak, baik individu ataupun berkelompok. Al-Qur'an pun menjelaskan bahwa orang yang berdagang tidak akan kehilangan kemuliaan atau kekharismaannya bila melakukan kegiatan.<sup>5</sup>

Sedangkan kondisi sekarang ini tidak di perhatikan pemerintah terhadap fasilitas umum seperti pasar tradisional ini. Pasar Tradisional identik dengan kumuh, Bau, kotor dan sebagainya. Seharusnya pasar modern yang lebih bersih dan rapi. Bukanya seperti sekarang ini yang mungvul istila baru yaitu revitalisasi pasar. Sebenarnya hal itu hanyalah menunjukkan ketidakpedulian pemerintah selama ini Pengembangan pasar memang tidak mudah.

Dengan demikian kebijakan ini harusnya mendapat perhatian lebih supaya dapat membuahkan hasil yang maksimal. Karena pasar tradisional adalah salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat apabila pengembangannya kurang maksimal maka akan sangat berpengaruh pada kesejahteraan yang berada di lingkungan tersebut, terutama para pelaku ekonomi yang berjualan di pasar tersebut.<sup>6</sup>

Pasar Sinunukan terletak pada posisi yang strategis yaitu di pinggir jalan. Akses yang mudah dijangkau menjadikan pasar Sinunukan menjadi sasaran pembeli yang akan berbelanja di pasar tersebut. Posisi yang dekat dengan pusat kecamatan yaitu Sinunukan menjadikan pasar Sinunukan jarang sepi dari pengunjung, terutama warga Sinunukan dan khususnya warga Sinunukan itu sendiri.

---

<sup>5</sup> Mustafa Edwin Nasution, dkk, *Pengenalan Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2013) hlm. 158.

<sup>6</sup> Angkasawati, devi milasarni, Pengembang Pasar Dalam Meningkatkan minat Pengunjung Pasar Tradisional ”*Jurnal Ilmu sosial dan Ilmu Politik*” Volume 14, No. 1, Boyolangu 2021, hlm. 169.

Berdasarkan hasil wawancara awal 12 november 2023 dengan pedagang di pasar tradisional yang bertempat di luar pasar atau yang biasa disebut pedagang liar semakin banyak bahkan sampai lebih dari 100 pedagang yang di luar pasar. Ibu Ainun mengungkapkan bahwa beliau mengalami penurunan pendapatan karena para pembeli lebih tertarik untuk berbelanja ke pedagang yang berada di dalam dikarnakan tempatnya lebih rapi dan mudah dijangkau dibandingkan dengan pedagang yang diluar.

Kemudian diperkuat oleh wawancara yang dilakukan peneliti tanggal 10 desember 2022 di pasar tradisional di sinunukan kepada Bapak Pandi salah satu pedagang di pasar tradisional selain itu beberapa tempat di pasar tersebut tidak layak untuk di tempati lagi di karenakan tidak di perhatikan oleh pemerintah terhadap pembangunan umum seperti pasar tradisional identik dengan kumuh bau, kotor.<sup>7</sup>

Pasar tradisional seharusnya tetap dilakukan rencana strategi dan tahapan pembangunan agar dapat perubahan terhadap pasar tradisional tetapi tidak ada yang peduli terhadap pengembangan pasar tersebut . Pembangunan memakan biaya yang sangat banyak, pembangunan berarti proses, cara, dan pembuatan kembali suatu hal yang sebelumnya kurang terberdaya.

Tujuan utama kebijakan setiap negara yang sedang membangun diarahkan untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan bagi seluruh rakyatnya.<sup>8</sup> Untuk mencapai tujuan pembangunan nasional maka pemerintah membangun berbagai sarana dan prasarana. Sesuai dengan RENSTRA (Re-

---

<sup>7</sup> Sunardi dan Lesmana”Pelaksanaan Alokasi Dana Desa Keuangan Dalam Aktivitas Desa” *jurnal Sekuritas*, Volume 26, No. 1 januari 2021, hlm. 277.

<sup>8</sup> Rustam Kamaludin, *Pengantar Ekonomi Pembangunan*, hlm. 3.

ncana Strategi) dan tahapan pembangunan Kabupaten Mandailing Natal Pemerintah Daerah Kabupaten Mandailing Natal mengadakan pembangunan dan perubahan pada beberapa fasilitas umum yang ada di Kabupaten Mandailing Natal. Salah satunya adalah pelaksanaan revitalisasi pasar sinunukan yang membawa dampak pada kepuasan bagi para pedagang yang berjualan di Pasar Sinunukan. Pasar Sinunukan terletak pada posisi yang strategis yaitu di pinggir jalan utama penghubung dikecamatan Sinunukan. Akses yang mudah dijangkau menjadikan pasar sinunukan menjadi sasaran pembeli yang akan berbelanja di pasar tersebut. Pelaksanaan revitalisasi pasar tradisional merupakan usaha pemerintah agar pasar tradisional mampu bersaing dengan pasar modern. Pembangunan suatu pasar perlu memperhatikan kesejahteraan pedagang maupun pembeli di pasar tersebut. lewat penataan kembali pasar tradisional yang memperhatikan aspek kenyamanan, pelayanan dan keamanan, maka potensi yang dimiliki pasar tradisional akan dapat meningkat.

Seharusnya pengembangan pasar yang dilakukan melalui revitalisasi pasar memberikan kesejahteraan bagi masyarakat khususnya bagi para pedagang yang berada di pasar itu, tetapi malah ada beberapa pedagang di pasar sinunukan merasakan adanya perubahan setelah pengembangan pasar terkait revitalisasi yang telah dilakukan, dimana sebelumnya hampir semua pedagang bertempat di gedung atau tempat yang sudah disediakan dan dibangun baik itu di bagian dalam atau dibagian luar pasar, dan hanya sedikit saja yang bertempat diluar pasar dan tidak mempunyai SPP (Surat Penempatan Pedagang). Namun, sekarang pedagang yang bertempat di luar pasar atau yang

biasa disebut dengan pedagang liar semakin banyak saja yang berada diluar pasar yang mereka berjualan hanya bermodalkan kain saja yang dibentangkan di bawah tanah dan menaruh jualannya di atas kain tersebut. Yang membuat konsumen ketika membeli dalam keadaan pajak yang ramai kadang suka terpijak-pijak oleh barang dagangan para pedagang liar tersebut. Ibu Yarsina salah satu pedagang di pasar sinunukan tersebut mengungkapkan bahwa beliau mengalami penurunan pendapatan karena para pembeli lebih tertarik untuk berbelanja ke pedagang yang berada diluar mengingat letaknya lebih strategis dan mudah untuk dijangkau pembeli dibandingkan harus ke dalam pasar. Meskipun banyak pedagang yang mengeluhkan bangunan pasar yang panas, kumuh dan kebersihan tidak dijaga di dalam pasar maupun diluar pasar sampah-sampah dagangan para pedagang berserakan. Pada waktu yang sama juga ada beberapa pedagang yang bernama ibu sinta (43), bapak kasmir (52) mengungkapkan hal yang sama, bahwa mereka merasakan pelayanan yang lamban terhadap keluhan yang disampaikan dari masing-masing pedagang kepada petugas pasar.

Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul :“**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PEDAGANG**”

## **B. Batasan Masalah**

Pengingat dalam penelitian ini yang akan di telitih adalah permasalahan. peneliti memberikan batasan pada ruang lingkup yang akan ditelitih dalam penelitian ini supayah penelitih lebih terarah dan tidak menimbulkan

penyimpangan dari pokok pembahasan yang akan peneliti lebih lanjut. Adapun batasan masalah pada penelitian ini akan berfokus pada strategi pengembangan pasar tradisional yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pedagang di pasar tradisional sinunukan dengan menggunakan analisis SWOT.

### **C. Batasan Istilah**

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap pemahaman judul di atas, maka penulis perlu menjelaskan istilah sebagai berikut:

#### **1. Strategi**

Strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu di perang dan damai atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai jangka panjang suatu organisasi, karena organisasi tanpa adanya strategitidak akan berjalaoan maksimal mungkin. Jadi strategi adalah suatu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan yang di harapkan.<sup>9</sup>

#### **2. Pasar Tradisional**

Pasar Tradisional adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisik tradisional yang menerapkan system transaksi tawar menawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat. Harga yang berlaku di pasar tradisional ini mempunyai sifat yang tidak pasti, oleh karena itu bisa dilakukan tawar menawar. Satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di

---

<sup>9</sup> Yosali Iriantara, *Manajemen Strategi Public Relations* (Jakarta:Ghalia Indah, 2017).h.87

desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti bahan makanan, sumber energi, dan sumber daya lainnya. Perkembangan penduduk dan kebudayaan selalu diikuti oleh perkembangan pasar tradisional sebagai salah satu pendukung penting bagi kehidupan manusia sehari-hari terutama di kawasan pedesaan.<sup>10</sup>

### 3. Pengembangan Pasar

Berkaitan tentang perubahan terencana terhadap pasar tradisional dari segi nilai, peningkatan efektivitas pasar tradisional, dan intervensi pemerintah dari kebijakan revitalisasi sebagai bentuk dari pengembangan pasar tradisional. Pengembangan berarti untuk memenuhi kebutuhan di masa yang akan datang, yaitu kebutuhan untuk mensejahterakan masyarakat di masa mendatang. Oleh karena itu kecenderungan pertumbuhan penduduk, persediaan lahan, pertumbuhan fasilitas dan kemajuan teknologi dengan penerapannya harus menjadi salah satu hal penting dalam proses pengembangan pasar tradisional.

### 4. Kepuasan Pedagang

Tingkat perasaan seorang pedagang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

---

<sup>10</sup> Esther dan Didik, *Membuat Pasar Tradisional Tetap Eksis* (Jakarta: Sinar Harapan, 2013),h. 121.

Jadi, kepuasan pedaganag adalah tingkat perasaan seorang pedagang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang pedagang rasakan dengan harapan yang diinginkannya. Dan dalam konteks ini pedagang berperan sebagai konsumen dari produk-produk pemerintah yang diturunkan melalui kebijakan terhadap pengembangan pasar tradisional.<sup>11</sup>

#### **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalahnya ialah, Bagaimana strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang ?

#### **E. Tujuan**

Dalam penelitian tentu memiliki tujuan yang hendak di capai oleh peneliti. sesuai dengan rumusan masalah di atas tujuan penelitian ini, untuk mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang pada pasar tradisiona sinunukan.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun hasil dari penelitian secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada :

##### a. Penulis

- 1) Menambah wawasan mengenai strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang pasar Sinunukan.
- 2) Mampu menganalisis strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang pasar Sinunukan

---

<sup>11</sup> Uslikhati “*Analisis perdagangan indonesia*” jurnal perdagangan, Vol 8 No.2 Desember 2010

b. Pemerintah

Sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi masyarakat ataupun bagi institusi yang terkait, khususnya bagi, Disperindagkop, UKM, serta Dinas Pasar kabupaten Mandailing Natal dalam menetapkan kebijakan terhadap pedagang di Pasar Sinunukan.

c. Pihak Lain.

Sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.

**G. Sistematika pembahasan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas pada penelitian ini, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi beberapa materi dan hal yang dibahas dalam tiap tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I : yaitu latar belakang masalah, yang peneliti dengan mendeskripsikan beberapa masalah atau fenomenah yang akan di angkat sebagai masalah peneliti ini. Matasan masalah, agar masalah agar masalah yang akan di teliti dengan fokus pada titik permasalahan. rumusan masalah, merupakan rumusan dari batasan masalah yang akan diteliti dan akan dicari jalan penyelesaiannya lewat penelitian. tujuan peneliti dan manfaat peneliti berisi hasil penelitian agar dapar pemberi manfaat bagi orang yang di pasar tradisional.kegunaan penelitian,

hasil penelitian agar dapat memberi mamfaat bagi setiap orang yang membutuhkan.

Bab II : yaitu, komponen teori didalamnya terdiri dari beberapa bagian meliputi kerangka teori, berisi teori membahas tentang landasan teori yang berisi permasalahan lebih luas pengembangan pasar tradisional, penelitian terdahulu membuat hasil penelitian sebelumnya yang di dapatkan pengembangan penelitian yang di angkat oleh penelitian yang bertujuan agar penelitian yang di angkat dapat menghasilkan penelitian yang ilmiah yang baru kerangka fikir, yaitu merupakan pardigma yang di lakukan peneliti untuk menjelaskan terhadap permasalahan

Bab III : yaitu komponen motode penelitian didalamnya terdiri dari beberapa bagian yang mrliputi:

Lokasi dan waktu penelitian, jenis berisi tentang lokasi dan penelitian yang dilakukan. jenis penelitian, yang berisi tentang penjelasan dari jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian, sumber data adapun dua sumber dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data skunder, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Bab IV : Berisi tentang gambaran umum objek penelitian, visi dan misi, struktur organisasi, hasil penelitian, pengelolah data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V : Berisi tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Strategi Pengembangan Pasar**

##### **1. Pengertian strategi**

Istilah strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* ( *stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi bisa diartikan sebagai suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tindakan tertentu.<sup>12</sup>

Menurut David strategi adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>13</sup>

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.<sup>14</sup>

---

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2008), h.3

<sup>13</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2010), h.29.

<sup>14</sup> Hitt Michael, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1997) , h.137.

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan atas produk yang sudah ada pada pasar yang baru. Kegiatan ini merupakan salah satu bagian kecil dari berbagai kemungkinan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan. Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk-produk atau jasa yang ada sekarang ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru (dalam perspektif global).

Pada dasarnya kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan untuk mencapai pertumbuhan dapat dibagi kedalam tiga kategori sebagai berikut:

- a. Pertumbuhan intensif yang dapat dilakukan melalui penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk
- b. Pertumbuhan intergratif yang dapat dilakukan melalui integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi horizontal
- c. Pertumbuhan diversifikatif yang dapat dilakukan melalui diversifikasi konsentrik, diversifikasi horizontal, dan integrasi konglomera.<sup>15</sup>

## **2. Pengertian Pengembangan Pasar tradisional**

Pasar tradisional adalah pasar yang dikelola secara sederhana dengan bentuk fisik tradisional yang menerapkan sistem transaksi tawar secara langsung dimana fungsi utamanya adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat baik di desa, kecamatan, dan lainnya. Harga yang

---

<sup>15</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, cetakan 7, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 57

berlaku di pasar tradisional ini mempunyai sifat yang tidak pasti, oleh karena itu bisa dilakukan tawar-menawar.

.Barang yang dijual dipasar tradisional umumnya barang-barang lokal dan ditinjau dari segi kualitas dan kuantitas, barang yang dijual di pasar tradisional dapat terjadi tanpa melalui penyortiran yang kurang ketat. Aspek kuantitas, jumlah barang yang disediakan tidak terlalu banyak sehingga apabila ada barang yang dicari tidak ditemukan di satu kios tertentu, maka dapat dicari ke kios lain.

Kendala yang dihadapi pada pasar tradisional diantaranya mengalami kesulitan dalam memenuhi kontinuitas barang, menjaga kualitas barang, lemah dalam penguasaan teknologi dan manajemen sehingga melemahkan daya saing. Pasar tradisional biasanya dibangun dan dikelola oleh Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerjasama swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, dan los yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Pepres RI No. 112, 2007).<sup>16</sup>

Pengembangan organisasi merupakan bagian dari ilmu pengetahuan. Di masa depan, berbagai jenis organisasi hanya akan berkembang dan maju apabila cepat tanggap terhadap arus perubahan yang terjadi. Tuntutan mewujudkan perubahan dapat timbul dari

---

<sup>16</sup> J. Winardi, *Manajemen Perubahan: (The Management Of Change)* Edisi Pertama (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2015), h. 140.

sumber, yaitu dari dalam organisasi harus selalu peka terhadap aspirasi, keinginan, tuntutan dan kebutuhan berbagai kelompok itu dikenal dengan istilah pihak-pihak yang berkepentingan. Pengembangan dalam teori manajemen organisasi didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akibatnya dicapai kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan.

### **3. Ciri Ciri pasar tradisional**

Pasar tradisional memiliki beberapa ciri-ciri, di antaranya:

1. Adanya sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli.
2. Pasar tradisional dimiliki, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah daerah.
3. Tempat usaha beragam dan menyatu dalam lokasi yang sama.
4. Sebagian besar barang dan jasa ditawarkan adalah produksi lokal

### **4. Tujuan Pengembangan Pasar Tradisiona**

Tujuan pengembangan pasar tradisional adalah sebuah mekanisme yang melahirkan para pembeli dan para penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa. Dalam suatu pengertian yang umum, pasar merupakan teempat dimana para pembeli dan para penjual berinteraksi menentukan harga dan

mengadakan pertukaran barang dan jasa.<sup>17</sup> Selanjutnya, pasar dikatakan sebagai organisasi, melalui teori pengembangan organisasi, sekumpulan orang yang melakukan transaksi jual beli disebut organisasi pasar.

French menyatakan bahwa pengembangan pasar tradisional berhubungan dengan usaha jangka panjang untuk meningkatkan kemampuan organisasi dalam memecahkan masalah dan kemampuannya untuk menanggulangi perubahan dalam lingkungan ekstern atau intern. Margulies dan Raia menekankan bahwa pengembangan organisasi adalah proses penilaian sendiri (*self assessment*) dan perubahan berencana berdasarkan sistem nilai (*value based*), yang mencakup strategi dan teknologi spesifik, yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas suatu sistem organisasi secara keseluruhan. Pendekatan pengembangan organisasi dapat pula dianggap sebagai rencana untuk memanfaatkan sumber-sumber daya yang memadai bagi revitalisasi pasar. Dengan cara itu orang mengharapkan pertumbuhan dan pendapatan yang bersinambungan, dan kemampuan organisasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pertumbuhan dan pendapatan yang bersinambungan itu perlu berada di dalam pengawasannya sendiri. Upaya ini berhubungan dengan upaya untuk mem-

---

<sup>17</sup> Samuelson, *Ilmu Mikro ekonomi Terj. Nur Rosyidah Dkk* (Jakarta: Media GlobalEdukasi, 2003), h. 29.

bedakan diri dari ketergantungan meningkatkan kemampuan otonomi dalam pembuatan keputusan-keputusan.<sup>18</sup>

Pengembangan pasar merupakan sebuah usaha yang dilakukan dalam meningkatkan penjualan dari hasil produk yang dihasilkan, perusahaan mencari segmen pasar baru untuk produk tersebut. Kegiatan ini merupakan salah satu alternatif untuk meningkatkan perusahaan. Kualitas penjualan dapat ditingkatkan ketika wilayah pemasaran diperluas dengan pasar yang baru, perkembangan pasar tidak melibatkan suatu di kerendahan perusahaan hanya menjual produk ke segmen yang baru.

## **5. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional**

Strategi pengembangan pasar adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada para pedagang dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan pasar dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Oleh karena itu penentuan strategi pengembangan pasar harus didasarkan atas analisis lingkungan dan internal pasar melalui analisa keunggulan dan kelemahan pasar, serta analisis kesempatan dan ancaman yang dihadapi pasar dari lingkungannya. Pada saat ini kegiatan pemasaran mempunyai peranan yang sangat penting dalam dunia usaha. Kadang-kadang istilah pemasaran ini diartikan sama dengan berbagai istilah, seperti penjualan, perdagangan, dan distribusi. Salah pengertian ini timbul karena pihak-

---

<sup>18</sup> Komaruddin, *Manajemen Berdasarkan Sasaran* (Jakarta: Bumi Aksara, 1990), h. 227.

pihak yang bersangkutan mempunyai kegiatan dan kepentingan yang berbeda-beda.<sup>19</sup>

Berkembang dengan bantuan pemerintah yaitu melalui kebijakan revitalisasi pasar, tetapi tidak hanya sekedar kemajuan yang nampak dari segi fisik yang nyaman saja. Akan tetapi harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai dengan konsistensinya pada segi respon petugas pasar, monitoring serta evaluasi program. Dengan demikian dapat tercapai tujuannya dengan efektif dan memuaskan.

Pasar tradisional merupakan bentuk ekonomi kerakyatan dan juga merupakan salah satu pilar ekonomi nasional di Indonesia. Berdasarkan data dari Ikatan Pedagang Pasar Indonesia (IKAPPI) jumlah pasar tradisional turun drastis dari 9.950 menjadi 9.550 pasar dalam waktu 6 tahun (2011-2017). Total jumlah pedagang pasar tradisional berkisar 10.625.000 orang. Pada 2015 terdapat 144 pasar terkena konflik akibat revitalisasi dan 161 pasar hangus karena kebakaran. Dari data tersebut belum termasuk jumlah untuk pemasok, tukang ojek, petugas parkir, keamanan yang tentunya juga banyak beraktivitas di pasar tradisional. Sungguh merupakan jumlah yang cukup besar sehingga tidaklah berlebihan ketika ada pernyataan bahwa pasar tradisional merupakan salah satu pilar perekonomian di Indonesia.

---

<sup>19</sup> Johannes, *Kepuasan Pelanggan: Riviui Dan Pengembangan Dalam Melakukan Penelitian*.

Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Sebuah pasar adalah sebuah mekanisme yang melahirkan para pembeli dan para penjual berinteraksi untuk menentukan harga dan melakukan pertukaran barang dan jasa. Dalam suatu pengertian yang umum, pasar merupakan tempat dimana para pembeli dan para penjual berinteraksi menentukan harga dan mengadakan pertukaran barang dan jasa.

Syarat-syarat pasar tradisional menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia nomor 112 tahun 2007 tentang pembangunan, penataan, dan pembinaan pasar tradisional, adalah:

- a) *Aksebilitas*, yaitu kemungkinan pencapaian ke kawasan, dalam kenyataannya ini berwujud jalan, transportasi dan pengaturan lalu lintas.
- b) *Kompatibilitas*, yaitu kerasian dan keterpaduan antara kawasan yang menjadi lingkungannya.

- c) *Fleksibilitas*, yaitu kemungkinan pertumbuhan fisik atau pemekaran kawasan pasar dikaitkan dengan kondisi fisik lingkungan dan keterpaduan prasarana.

## **B. Kepuasan Pedagang**

Pedagang adalah orang atau institusi yang memperjual belikan produk atau barang, kepada konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Teori equity, dikemukakan pertama kali oleh Zalesnik dan dikutip oleh Locke, kepuasan dan ketidakpuasan dengan sejumlah aspek pekerjaan tergantung apakah ia merasakan keadilan (*equity*) atau tidak atas suatu situasi. Perasaan equity dan inequity diperoleh seseorang dengan cara membandingkan dirinya dengan orang lain yang sekelas, sekantor maupun di tempat lain. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kepuasan adalah hal yang umum diucapkan, didiskusikan dan dipublikasikan. Mulanya konsep kepuasan dekat dengan kegiatan pemasaran karena adanya orientasi pemasaran terhadap kebutuhan pelanggan. Sekarang, konsep kepuasan telah merasuk ke seluruh jajaran organisasi karena keyakinan bahwa tanpa dapat membangun kepuasan pelanggan niscaya satu organisasi dapat bertahan dan berkembang. Sehingga diyakini bahwa seluruh bagian dalam organisasi mempunyai misi memberikan kepuasan baik kepada pelanggan internal maupun eksternal.

Kepuasan tidak saja sebagai tujuan organisasi, akan tetapi juga menjadi strategi (instrumen) perusahaan. Sebagai strategi, kepuasan berkaitan dengan penyusunan konsep, metode, dan evaluasi untuk dapat memenangkan persaingan.

Dari perkembangan demikian, harus disadari bahwa konsep kepuasan yang dikembangkan antar kelompok pelanggan adalah bagian yang harus dipertimbangkan secara akademis, karena adanya perbedaan fokus akan harapan mereka. Bahkan sampai kepada pendekatan harus dipertimbangkan, karena pengukuran kepuasan pelanggan membutuhkan respon pelanggan. Respon ini menyangkut kesadaran, pemahaman kebutuhan sampai kepada indikator ataupun atribut yang dipertimbangkan menciptakan kepuasan.<sup>20</sup>

Pedagang adalah orang yang berdagang Jadi kepuasan pedagang adalah tingkat persaan seorang pedagang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang pedagang rasakan dengan harapan yang diinginkannya. Dalam konteks ini pedagang berperan sebagai *consumer* dari produk-produk pemerintah yang diturunkan melalui kebijakan-kebijakan terhadap pengembangan pasar yang berupa revitalisasi pasar tradisional.

### **1. Dimensi Kepuasan Pelayanan dan Jasa.**

Kinerja pelayanan adalah hasil kerja yang dicapai oleh pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab yang diukur

---

<sup>20</sup> Rachmat, *Manajemen Strategik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm 14

berdasarkan beberapa dimensi. Dimensi tersebut menurut Parasuraman dalam bukunya Fathul Aminudin Aziz ada empat dimensi pokok yaitu

a. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah upaya perlindungan yang disajikan untuk masyarakat bagi warganya terhadap resiko yang apabila resiko itu terjadi akan dapat mengakibatkan gangguan dalam struktur kehidupan yang normal

b. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan akibat akal dan pikiran yang ditujukan pada pelanggan. Dengan kata lain kemauan atau kesiapan para pegawai untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

c. Keandalan (*Reliability*)

Yang mencakup konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanan secara tepat sejak awal dan telah memenuhi janji (iklan) nya. Dalam hal ini keandalan adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Artinya pelayanan yang diberikan harus handal dan bertanggung jawaban.

d. Kemampuan Fisik (*Tangible*)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Dengan demikian bukti langsung atau wujud merupakan satu indikator yang paling kongkrit. Wujudnya berupa segala fasilitas yang secara nyata dapat dilihat. Yaitu segala bukti fisik seperti pegawai, fasilitas, peralatan, dan tampilan fisik.<sup>21</sup>

## 2. Metode Pengukuran Kepuasan

Setelah dilakukan usaha peningkatan kualitas jasa maupun pelayanan. Untuk mengetahui sejauh mana usaha itu berhasil memberikan penyediaan dan pengabdian pelayanan terhadap pelanggan, makadilakukan evaluasi. Evaluasi tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi kepuasan pelanggan.

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan, perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Sarana yang digunakan bisa melalui kotak saran, kartu komentar, atau saluran khusus bebas pulsa. Dengan cara seperti ini diharapkan suatu organisasi bisa segera memperbaiki sistem yang kurang baik dan segera mencari solusi yang tepat.

---

<sup>21</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 52

b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh kepuasan pelanggan dengan menjadikan seseorang sebagai *ghost shopping* untuk bersikap sebagai konsumen atau pembeli ditempat lain yang kemudian temuan-temuan itu dapat segera dilaporkan.

c. Lost Costumer Analisis

Perusahaan sedianya segera menghubungi para konsumen atau langganan yang berhenti atau pindah ke perusahaan lain supaya perusahaan mengetahui alasannya dan segera memperbaiki sistem dan kebijakan yang tepat.

d. Survey Kepuasan Pelanggan

Umumnya penelitian tentang kepuasan pelanggan melalui survey, maupun wawancara pribadi. Melalui survey ke pasar akan mendapatkan umpan balik atau tanggapan dari pelanggan sebagai bukti pedagang peduli terhadap pelanggann.

**C. Pasar dalam Ekonomi Islam**

Pasar dalam ekonomi islam adalah transaksi ekonomi yang berdasarkan menurut ajaran-ajaran islam yang dimana didalam ajarannya mekanisme harga yang adil dan harga yang wajar. Pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Jual beli merupakan sutau perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka rela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda atau barang dan pihak lain yang menerimanya sesuai dengan perjanjian atau keterangan

yang telah disepakati. Jual beli menurut Ilmu Fiqih yaitu saling menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat.<sup>22</sup>

Keramahan Secara bahasa ramah adalah manis tutur kata dan sikapnya. Dalam pengertian serupa ramah dimaknai sebagai baik hati dan menarik budi bahasanya atau suka bergaul dan menyenangkan dalam pergaulan, baik ucapannya maupun perilakunya dihadapan orang lain. Adapun rukun jual beli yaitu ;

- (1) Pembeli, yaitu orang yang membeli atau menghabiskan nilai guna barang yang di belanjakan oleh penjual Penjual, yaitu orang yang menjual barang atau jasa ke konsumen atau pembeli
- (2) Sighat (ijab kabul), ijab adalah penyerahan penjual kepada pembeli sedangkan qabul adalah penerimaan dari pihak pembeli
- (3) Mauqud alaih (objek akad), yaitu adanya harta (uang) dan barang yang dijual<sup>23</sup>

Syarat yang harus dipenuhi dalam akad jual beli, yaitu ;

- a) Syarat in`iqad (terjadinya akad)

Syarat in`iqad adalah syarat yang harus dipenuhi agar akad jual beli dipandang sah menurut syara`. Dan apabila syarat ini tidak dipenuhi maka akad jual beli menjadi batal.

---

<sup>22</sup> Jusmaliani, *Kebijakan Ekonomi dalam Islam*, hlm. 217

<sup>23</sup> Ega Agus Setyawan, *Strategi Analisis SWOT Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang dan Konsumen di Pasar Ngemplak Kabupaten Tulungagung*, (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2020), hal. 28

b) Syarat sahnya jual beli

Syarat sah ini ada dua bagian, yaitu syarat umum dan syarat khusus. Syarat umum adalah syarat yang harus ada pada setiap jenis jual beli agar jual beli dianggap sah menurut syara. Syarat umum jual beli harus terhindar dari :

- 1) Jual beli itu terhindar dari cacat seperti kriteria barang yang diperjualbelikan itu tidak diketahui, baik jenis, kualitas maupun kuantitasnya, jumlah harga tidak jelas. Apabila barang yang diperjualbelikan itu benda bergerak, maka barang itu boleh langsung dikuasai pembeli dan harga barang dikuasai penjual.
- 2) Syarat fasid, penetapan syarat yang akan memberikan nilai manfaat bagi salah satu pihak dan syarat tersebut bertentangan dengan syara<sup>2</sup>, urf ataupun substansi akad.
- 3) Gharar, adanya ketidakpastian tentang objek transaksi, baik dari segi kriteria maupun keberadaan objek tersebut.
- 4) Tauqit, tauqit yaitu transaksi jual beli yang dibatasi dengan waktu tertentu.
- 5) Syarat kelangsungan jual beli artinya pada benda yang dijual tidak terdapat hak orang lain. Apabila didalam barang yang dijadikan objek jual beli itu terdapat hak orang lain, maka akadnya mauquf dan tidak bisa dilangsungkan.

#### (4) Syarat mengikat

Untuk mengikatnya, jual beli harus disyaratkan akad jual belinya terbebas dari salah jenis khiyar yang memperbolehkan kepada salah satu pihak untuk membatalkan akad jual beli, seperti khiyar syarat, khiyar ru'yah dan khiyar aib.

Dalam hal jual beli, islam mengharamkan dengan cara yang curang, seperti mengurangi takaran, timbangan dan anak timbangan yang cacat. Islam mengharamkan seluruh perjanjian bisnis yang mempunyai unsur penipuan, kebohongan, ataupun kesengajaan.

Sedangkan Armstrong merumuskan strategi adalah mengenai penetapan tujuan (tujuan strategi) dan mengalokasikan / menyesuaikan sumber daya dengan peluang (strategi berbasis sumber daya) sehingga dapat mencapai kesesuaian yang efektif dan penerapan strategi tergantung pada kapabilitas strategi organisasi yang akan memasukkan kemampuan, tidak hanya untuk memformulasikan tujuan strategi tapi juga untuk mengembangkan dan menerapkan rencana strategi melalui proses manajemen strategi.<sup>24</sup>

Daya saing yang meningkat diharapkan mampu memberi keunggulan komparatif bagi pasar tradisional. Program revitalisasi pasar bertujuan untuk meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar

---

<sup>24</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, Terj. Wilhelmus W. Bakowatun, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Intermedia, 1996), hlm. 42.

modern sehingga bukan hanya meningkatkan pendapatan pedagang tapi juga meningkatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar.

#### D. Penelitian Terdahulu

Dalam hal ini dicantumkan penelitian-penelitian terdahulu sebagai pertimbangan dalam menyusun penelitian ini. Berikut penelitian terdahulu dari jurnal penelitian yang dilakukan, diantaranya adalah sebagaimana dalam tabel berikut:

**Tabel 1.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Peneliti	Hasil penelitian
1	Dawi	Analisis Pengembangan Sarana Dan Prasarana Pasar Tradisional Oleh Dinas Pasar Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pasar Cik Puan),	hasil yaitu banyak hambatan yang dihadapi Dinas Pasar yaitu tidak terpantaunya dalam segi pengawasan saat bongkar muat dilakukan sehingga memakan jalan, ketegasan instansi terkait menyediakan sarana dan prasarana yang diberikan kepada pengguna pasar tradisional pasar.
2	Habib	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar	Hasil penelitian ini yaitu pedagang, pengurus dan konsumen pasar syariah rata-rata umur tergolong produktif, tingkat pendidikan SMA. Faktor internal dan eksternal pengembangan pasar tradisional Desa Tanah Merah Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan meminimalisasi kelemahan adalah sudah tercapai sehingga dapat diterapkan. Sedangkan dari analisis SWOT, faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan eksternal peluang dan ancaman memberikan nilai skor faktor strategi eksternal

			lebih besar dari nilai skor faktor strategi internal.
3	Nurul Hafizah (2020) <sup>25</sup>	Strategi pengembangan Pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang menurut perspektif ekonomi islam.	Strategi yang dilakukan untuk bisa bersaing dan tidak kalah dengan Pasar modern Yang ada dan pedagang merasa puas pedagan belanja di pasar tersebut
4	Yusmarni Hardiyanti (2019)	strategi partisipatif pengembangan pasar tradisional swadaya syariah meningkatkan kepuasan pedagang	Analisis yang telah dilakukan tentang Strategi partisipatif pengembangan pasar tradisional dalam pengembangan tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang . strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT.
5	Sutrisnawati (2021)	Strategi pengembangan pasar tradisional sebagai daya tarik wisata di kota Denpasar .	Berdasarkan kondisi tersebut pengembangan pasar tradisional menjadi tempat wisata ,adapun yang melatar belakangi upaya ini adalah pasar kumbahsari yang berlokasi di Denpasar.

Perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebagai berikut:

Perbedaan penelitian Dawi dengan penelitian ini adalah berbeda tentang apa yang diteliti dan dalam skripsi Dawi mengangkat judul “Analisis

---

<sup>25</sup> Nurul Hafizah, “Strategi pengembangan Pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang menurut perspektif ekonomi islam” (Universitas Islam Negeri Raden Intan , 19 Mei (2020 )

Pengembangan Sarana Dan Prasarana Pasar Tradisional Oleh Dinas Pasar Kota Pekanbaru (Studi Kasus Pasar Cik Puan),” sedangkan peneliti mengangkat judul “ Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang” Strategi pengembangan pasar tradisional Dalam Meningkatkan kepuasan pedagang Pada pasar tradisional” dan dimana persamaannya sama-sama meneliti strategi pengembangan pasar untuk meningkatkan kepuasan pedagang.

- a. Perbedaan penelitian Habib, 2018 dengan mengangkat judul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar” dan dimana perbedaannya merupakan dalam tempat dan lokasi penelitian serta strategi yang digunakan karena peneliti menggunakan analisis SWOT, dan persamaannya dimana peneliti sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan untuk meningkatkan kepuasan pedagang.
- b. Perbedaan penelitian Nur Hafizah dengan peneliti dapat dilihat dari judul dimana Nur Hafizah mengangkat judul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar” sedangkan peneliti mengangkat judul “Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Sedangkan persamaannya adalah sama-sama untuk meningkatkan pengembangan pasar.
- c. Perbedaan penelitian yaitu Yusmarni Hardayanti dalam penggunaan strategi partisipatif pengembangan pasar tradisional swadaya syariah meningkatkan kepuasan pedagang tradisional dalam meningkatkan pengembangan sedangkan peneliti menggunakan strategi pemasaran dengan

menggunakan analisis SWOT. Persamaanya sama-sama untuk meningkatkan kepuasan pedagang.

- d. Perbedaan penelitian T prasetyo Hadi Atmoko mengangkat judul “Strategi pengembangan pasar tradisional sebagai daya tarik wisata di kota Denpasar . “strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang” dimana perbedaannya terletak pada objek penelitian dan lokasinya, sedangkan persamaannya adalah dimana peneliti sama-sama meneliti strategi pengembangan untuk meningkatkan meningkatkan kepuasan pedagang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di pasar tradisional di sinunukan. Penelitian ini dilakukan mulai dari 10 Desember 2022 sampai 22 Mei 2023.

#### **B. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Bogdan dan Tailor mendeskripsikan “metode kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data desriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang orang dan perilaku yang diminati.<sup>26</sup> Penelitian kualitatif mengandalkan kecermatan pengumpulan data untuk memperoleh hasil penelitian yang valid. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam (*depth interview*), pengamatan terlibat (*participant observation*), diskusi grup yang terarah (*vocal group discussion*), dan analisis dokumen (*document analy*)

#### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian tersebut seperti benda, hal, orang atau tempat data variabel penelitia yang dipermasalahkan.<sup>27</sup> Objek penelitian yang menjadi penelitian adalah pengelolah pasar dan pedagang di pasar sinunukan. Teknik penentuan informan dalam penelian ini adalah sesuai dengan maksud dan tujuan peneliti berkaitan

---

<sup>26</sup> Lexy J. Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), hlm..3.

<sup>27</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian Edisi Baru* (Yogyakarta: Rineka Cipta, 2000), h.. 200.

informasi dengan yang diteliti. Informan dalam Penelitian ini adalah para pengelola pasar tradisional disinunukan.

#### **D. Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder, yaitu:

Data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder, yaitu:.

- a. Dari sumber data primer (tidak melalui sumber perantara), dapat berupa opini subjek (orang) secara individu atau kelompok, hasil dari keterangan-keterangan dari pengelola pasar sinunukan dan para pedagang pasar mengenai pengembangan pasar terhadap kepuasan para pedagang
- b. Data sekunder yaitu sumber data penelitian yang di peroleh secara tidak langsung melalui media perantaraan (perusahaan yang akan diteliti data sekunder dapat berupa bukti, dokumentasi, dan data yang berhubungan dengan pengembangan pasar terhadap kepuasan pedagang.<sup>28</sup> yang mana dalam hal ini berupa data dari hasil wawancara dengan beberapa pedagang di pasar Sinunukan.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan tindakan yang strategis dalam penelitian. Karena sasaran utama dalam penelitian yaitu mendapatkan data maka peneliti diharapkan memperoleh data yang memenuhi standar yang

---

<sup>28</sup> Suharimin Arikunto, *manajemen penelitian* Edisi baru (Yogyakarta: rinrka, 2000), hlm. 200.

telah ditetapkan. Teknik pengumpulan data kualitatif penerapannya ditentukan oleh konteks gambaran data dan permasalahan yang diperoleh.

Teknik pengumpulan data yang sering digunakan pada penelitian kualitatif yaitu dengan metode observasi, wawancara mendalam serta dokumentasi. Dalam pengumpulan data tentang pengembangan pasar dalam meningkatkan kepuasan pedagang di pasar sinunukan.

a. **Observasi**

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi terus terang, dimana observasi yang dilakukan dari awal hingga akhir sudah diketahui oleh mereka yang diteliti. Dimana objek observasi dalam penelitian kualitatif terdapat tiga komponen utama. Yakni *place* (tempat), *actor* (pelaku), dan *activities* (aktivitas). Sehingga dapat didukung terjadinya permasalahan yang muncul dalam penelitian selama proses penelitian berlangsung.

b. **Wawancara**

Wawancara merupakan pertemuan antara dua orang untuk bertukar ide dan informasi melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam topik. Ia juga mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semistruktur, dan tidak terstruktur.

c. **Dokumentasi**

Dokumentasi yaitu menggali benda-benda tertentu seperti majalah, buku, dokumen, notulen rapat, peraturan-peraturan, catatan harian dan sebagainya. Dokumentasi dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan

pedoman dokumentasi yang memuat garis-garis besar atau kategori yang akan dicari datanya dan dengan *check-list*.

## **F. Teknis Analisis Data**

### **1. Analisis SWOT**

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Setelah data semua tentang kopi bubuk terkumpul kemudian penulis akan memgolah dan menyeleksi data tersebut. Kemudian akan diklasifikasi menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) maupun eksternal (peluang dan ancaman).<sup>29</sup>

SWOT adalah singkatan dari strengths (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunities (peluang), dan threats (ancaman), dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang berorientasi profit dan non profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara lebih komprehensif.

### **2. Analisis Matrik Internal (IFAS) dan Matrik Exterenal (EFAS)**

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Untuk

---

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm.59.

menyusun suatu formula SWOT yang representative adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut<sup>30</sup>

a. Bobot nilai

- 1) 0,18= tertinggi
- 2) 0,17= sedang
- 3) 0,15= rendah
- 4) 0,14= sangat rendah

b. Rating nilai

- 1) 4 = sangat puas
- 2) 3 = puas
- 3) 2 = cukup puas
- 4) 1 = tidak puas

c. Skor nilai untuk skor nilai dengan menggunakan formula sebagai berikut:

$$\text{SN} = \text{BN} \times \text{RN}$$

Keterangan:

SN= Skor nilai

BN= Bobot nilai

RN= Rating nilai

---

<sup>30</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategi Teori Dan Aplikasi*, (Bandung : Alfabeta, 2014), hlm. 261.

**Tabel 3.1**  
**Matriks IFAS dan EFAS**

Uraian	Bobot	Rating	Skor
1. Strengths (kekuatan)			
1) Item dari strengths	Nilai	Nilai	Nilai
2. Weaknesses (kelemahan)			
1) Item dari weaknesses	Nilai	Nilai	Nilai
3. Opportunities (peluang)			
1) Item dari opportunities	Nilai	Nilai	Nilai
4. Threats (ancaman)			
1) Item dari threats	Nilai	Nilai	Nilai

Pada setiap kolom untuk bobot, rating dan skor tersebut diisi dengan nilai, dimana nilai yang diperoleh dari data di lapangan baik berupa kualitatif, kemudian diolah berdasarkan analisa peneliti yang bersangkutan<sup>31</sup>

### 3. Analisis Matrik SWOT

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap keberlangsungan pemasaran tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam kuantitas perumusan model yang digunakan matriks SWOT.<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Irham Fahmi, *Manajemen Strategi Teori Dan Aplikasi*.....hlm. 351.

<sup>32</sup> Dewi kurniasih, dkk, *Tehnik Analisa*, (Bandung : Alfabeta, 2021), hlm. 76.

**Tabel 3.2**  
**Matrik SWOT**

<b>IFAS</b>	Streanght (S) Kekuatan tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	Weakness (W) Kelemahan tentukan 5-10 faktor kelemahan internal
<b>EFAS</b>	Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Opportunities (peluang) O Tentukan 5-10 peluang eksternal	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindaro ancaman
Threat (ancaman) T Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal		

- a. Strategi SO (StrengthOpportunity), strategi menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluangpeluang yang ada di luar perusahaan.
- b. Strategi WO (WeaknessOpportunity), strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang peluang perusahaan.
- c. Strategi ST ( Strength-Threat), melalui strategi ini perusahaan berusaha untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancamaancaman eksternal.
- d. Strategi WT (Weakness-Threat), strategi ini merupakan taknik untuk bertahan dengan cara mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman SWOT merupakan akronim untuk katakata.

Matriks SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menurunkan strategi perusahaan. Matriks SWOT (*Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats*) merupakan alat bantu yang penulis gunakan merumuskan alternatif-alternatif strategi Pasar sinunukan.. Matriks SWOT memiliki sembilan sel yang terdiri dari empat sel faktor kunci, empat sel strategi yang diberi nama S), WO, ST dan WT serta satu sel yang selalu dibiarkan kosong.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN**

### **A. Gambaran Umum Pasar Tradisional di Sinunukan**

#### **1. Profil Pasar Tradisional Sinunukan**

Pasar Tradisional sinunukan merupakan pasar tradisional yang mempunyai jumlah pedagang terbanyak dari pada jumlah pedagang di pasar tradisional harian lainnya yang ada di kecamatan sinunukan. Pasar ini dinamakan pasar Tradisional Sinunukan karena dulunya pasar di rabu terletak di Jalan Lintas bataan tetapi karena wilayah pasar yang sempit tidak dapat menampung jumlah pedagang yang berjualan di pasar tersebut, sehingga jalanan menjadi macet dan sampah-sampah dagangan banyak berserakan di jalanan. oleh sebab itu dinamakan dengan Pasar Tradisional sinunukan.<sup>33</sup> Dikatakan pasar tradisional Sinunukan karena dalam transaksi menggunakan sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli. Sistem transaksi tawar menawar seperti ini lebih menekankan interaksi dan kedekatan emosional antara penjual dan pembeli. Hal yang seperti ini tidak didapatkan ketika berbelanja di swalayan atau mini market.<sup>34</sup>

#### **2. Visi, Misi dan Tujuan Pasar Tradisional Sinunukan**

Sejalan dengan berdirinya pasar Tradisional Sinunukan, suatu keinginan yang tercermin dalam suatu pengembangan harus dituangkan dalam bentuk visi dan misi organisasi. Visi dan misi organisasi akan menjadi acuan

---

<sup>33</sup> Wawancara dengan Bapak Parlin Spd (pengelola pasar) pada rabu 20 April 2023 pukul 09.30

<sup>34</sup> Wawancara dengan Robiatul Adawiyah (skertaris pasar) pada rabu 20 April 2023 pukul 12.00

dalam menentukan kebijakan strategis organisasi yang akan diterapkan dalam program kerja demi suksesnya visi dan misi organisasi untuk menuju organisasi yang berkualitas dan professional. Visi merupakan pandangan jauh ke depan, bagaimana dan kemana organisasi harus di bawa dan berkar-ya agar konsisten dan dapat tetap eksis, inovatif dan produktif. Sedangkan misi merupakan pernyataan yang menetapkan tujuan organisasi dan sasaran yang ingin dicapai. Adapun visi dan misi Pasar Sinunukan adalah sebagai berikut:

a. Visi

Terwujudnya pasar tradisional yang bersih, sehat, aman, nyaman, sejahtera bagi semua yang berkepentingan baik pembeli, pedagang dan pihak terkait lainnya.

b. Misi Misi

- 1) Meningkatkan dukungan dan kualitas kelembagaan serta memantapkan pelaksanaan koordinasi atas penyelenggaraan Pemerintah Daerah dalam bidang pengelolaan pasar melalui upaya optimalisasi penghimpunan dana dari pungutan retribusi pasar guna mendukung peningkatan pendapatan Asli Daerah (PAD).
- 2) Mengupayakan terwujudnya basis data pasar yang simple, akurat, realis dan terpercaya dengan mengoptimalkan pelayanan secara prima kepada semua pengguna pasar serta penyediaan sarana dan prasarana.

3) Meningkatkan pelayanan serta mengoptimalkan kegiatan pemberdayaan pedagang pasar.

c. Tujuan Tujuan

Menciptakan pasar tradisional yang bersih, aman, dan nyaman sehingga meningkatkan perdagangan dan aktivitas kegiatan ekonomi kerakyataan

### 3. Struktur Organisasi pasar sinunukan

Adapun susunan kepengurusan pasar sinunukan adalah sebagai berikut:

Kepala pasar : Dirman Adi suwito, S.Pd

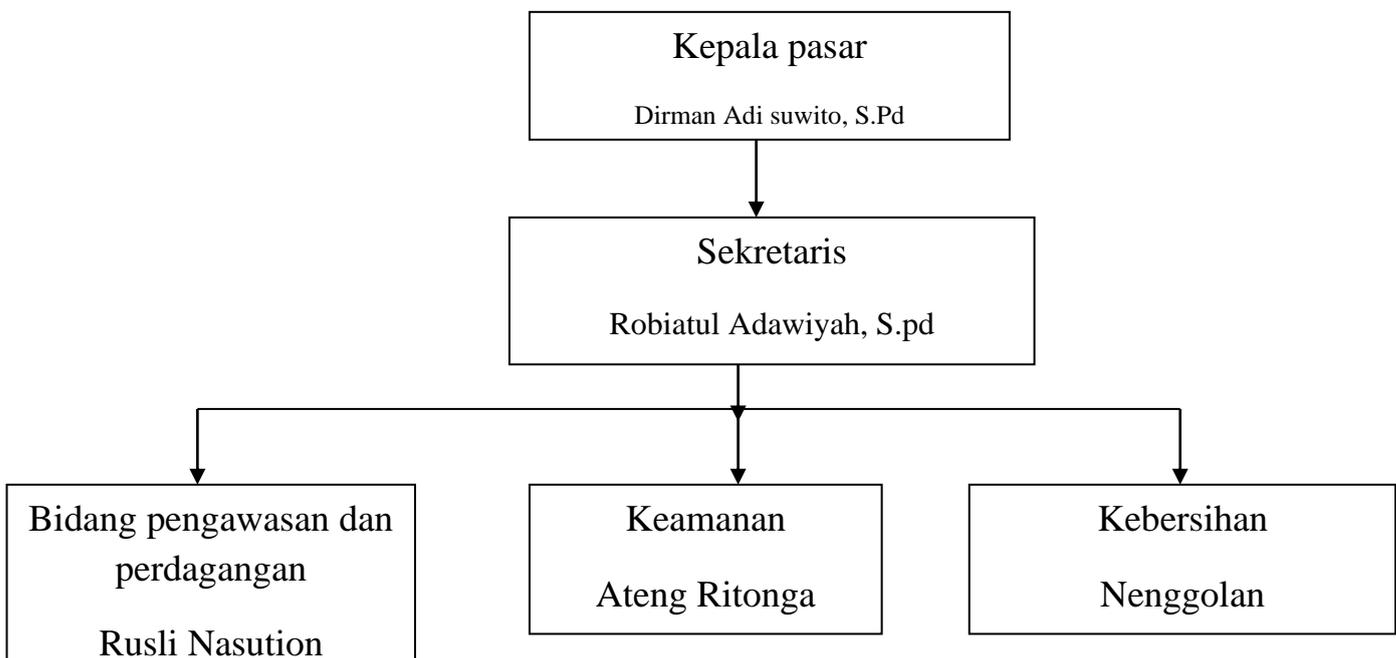
Skertaris : Robiatul Adawiyah, S.pd

Bidang Pengawas perdagangan : Rusli Nasution

Keamanan : Ateng Ritonga

Kebersihan : Nenggolan

**Gambar 4.1**  
**Bagan Kepengurusan**



#### 4. Tugas dan Wewenang Kepengurusan Pasar

- a. Kepala Pasar
  - 1) Memantau hasil pendapatan retribusi pasar
  - 2) Memantau kebersihan pasar
  - 3) Memantau ketertiban dan keamanan pasar
  - 4) Menempatkan pedagang sesuai dengan jenis pedagang
- b. Sekertaris
  - 1) Pengkoordinasian pelayanan administrasi
  - 2) Penyusunan perencanaan operasional dan pelaksanaan kegiatan
  - 3) Penyelenggaraan urusan umum
  - 4) Pelaporan pelaksanaan tugas kepada Kepala Dinas
- c. Bidang Pengawasan Perdagangan
  - 1) Menyusun rencana dan program kerja seksi pengawasan perdagangan sebagai pedoman pelaksanaan tugas.
  - 2) Melaksanakan rencana dan program kerja dalam pengawasan perdagangan
  - 3) Melaksanakan koordinasi perkembangan perdagangan
  - 4) Melaksanakan pengawasan Surat Izin Usaha Perdagangan
  - 5) Melaksanakan pengawasan terhadap barang berbahaya
- d. Bidang Keamanan
  - 1) Menyusun rencana dan program kerja Bidang Keamanan

- 2) Melaksanakan rencana dan program kerja tersebut untuk memberikan kenyamanan bagi para pedagang dan konsumen yang berkunjung
  - 3) Mengamankan ketertiban dan keamanan pasar
- e. Bidang Kebersihan
- 1) Melaksanakan koordinasi pengembangan kebersihan
  - 2) Menetapkan dan melaksanakan petunjuk pelaksanaan pengelolaan kebersihan

## **E. Hasil Penelitian**

Dalam bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian dan pembahasan, bagaimana strategi perkembangan pasar dalam meningkatkan kepuasan pedagang berdasarkan penelitian yang dilakukan pada pasar sinunukan dan berikut ini di sajikan informat dalam penelitian baik kepala psar dan pedagang pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai bagaimana peran Pasar sinunukan dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang. Dalam teknik pengumpulan data, penulis menggunakan wawancara. Pencarian informasi dilakukan dengan cara mendatangi para pedagang yang berada di Pasar sinunukan.

Penyusun melakukan wawancara pada jam istirahat yang biasa dilakukan pada saat siang. dengan harapan penyusun dapat mendapatkan informasi yang berhubungan dengan penelitian penyusun. Dalam penelitian ini menggunakan informan yaitu para pedagang Pasar Budeg Durin Timur. Informan pada penelitian ini mempunyai berbagai karakteristik pada tabel

ini, akan ditampilkan nama, umur, jenis kelamin, pendidikan, jumlah tanggungan anak, lama bekerja.

Penelitian ini untuk mengetahui gambaran mengenai bagaimana peran pasar sinunukan dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Dalam teknik pengumpulan data penulis menggunakan wawancara pencarian informasi, di lakukan mendatangi para pedagang yang berada di pasar sinunukan, Adapun tabel informan sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik informan**

No	Nama	Umur (TAHUN)	Alamat	Jenis Kelamin	Lama bekerja (Tahun)	Jenis Barang yang dijual
1	Ismail	51	KM 16	Laki-laki	25 Tahun	Pakaian
2	Immi	54	Sinunukan	Laki-laki	35 Tahun	Sembako
3	B. ENNONG	64	Sinunukan	Perempuan	36 Tahun	Makanan
4	Lisna Sari	57	Bentungan	Laki-laki	10 Tahun	Perabotan
5	Firman	53	Bentungan kampung	Laki-laki	29 Tahun	Sembako
6	Santi	43	Ranto panjang	Perempuan	15 Tahun	Sayur
7	Kasmuri	53	sinunukan	Perempuan	15 Tahun	Sembako
8	Rona	50	Bentungan	Perempuan	6 Tahun	Ikan Laut
9	Adeng	59	KM 16	Perempuan	30 Tahun	Bakso
10	Solihin	55	Ranto panjang	Perempuan	25 Tahun	Nasi Campur

Dari tabel informan diatas terdapat beberapa nama pedagang yang berjualan di pasar Sinunukan dari umur 30-60 tahun, dan rata-rata Pedagang berjualan paling lama selama 30 tahun. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti memperoleh karakteristik informan sebagai berikut:

Tujuan dari pembangunan Pasar sinunukan awalnya meningkatnya kebutuhan masyarakat waktu itu akan wadah pasar agar masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya. Makanya pasar itu pada masa jabatan bapak Dirman Adi Suwito dibangun kembali dan berubah nama. Kemudian hasil retribusi pasar yang dikelola pemerintah akan meningkatkan pendapat asli daerah yang akan masuk ke pemerintah kota dan kembali dapat dinikmati oleh masyarakat melalui pembangunan infrastruktur, pelayanan masyarakat dan lain-lain. Tetapi sekarang minat penjual dan pembeli sangat sedikit.

Mencabut hak sewa bagi pedagang yang menunggak pembayaran sewa atas toko/kios/lapak kemudian ditawarkan kepada orang lain yang berminat. Bebas biaya parkir kendaraan dan retribusi kebersihan. Juga membagi kesempatan kepada organisasi, paguyuban, dan sejenisnya untuk memanfaatkan halaman pasar tanpa dikenakan biaya sewa.<sup>35</sup>

## 1. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode dalam penyusunan strategi, perusahaan atau organisasi yang bersifat suatu unit bisnis tunggal, SWOT adalah singkatan dari *strength* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), *threats* (ancaman). Pendekatan ini berusaha untuk mengembangkan kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan internal dalam suatu organisasi (*looking in*) dengan kesempatan-kesempatan dan ancaman-ancaman yang ada pada lingkungan eksternal (*looking out*).

---

<sup>35</sup> Wawancara dengan bapak Dirman Adi suwitoS,pd (Kepala pasar) pada rabu 5 Mei 2023 pukul 09.30

Pendekatan ini mengusulkan bahwa masalah-masalah utama yang dihadapi suatu organisasi dapat diisilasi melalui analisis yang diteliti dari setiap unsur tersebut. Yang mana analisa ini dedasarkan kepada pemikiran seseorang sehingga dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis berikut adalah gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yaitu:

**Tabel 4.3**  
**Faktor-Faktor Strategis Internal**

<b>Faktor-Faktor Strategis Internal</b>	
<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
<b>Aspek Manajemen</b>	
1. Proses Komunikasi dan Pemberian Motivasi cukup baik kepada para Pedagang	1. Program Kerja Pasar Sinunukan yang belum maksimal
<b>Aspek Pemasaran</b>	
2. Lokasi Pasar Sinunukan yang Strategis	
<b>Aspek Produksi dan Operasi</b>	
3. Keramahan Pelayanan	2. Pengelolaan Kebersihan dan Ketertiban Belum Cukup Baik
	3. Fasilitas Pasar Sinunukan Kurang Lengkap
	4. Sistem Tata Kelola Kurang Baik
<b>Aspek Penelitian dan Pengembangan</b>	
5. Riset Konsumen dan Respon Terhadap Keluhan Baik	

(Sumber: Data Primer)

Berikut penjelasan mengenai berbagai faktor kekuatan dan kelemahan tersebut:

a. Analisis IFAS dan EFAS

1) Analisis faktor internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strength* dan *weaknesses* (s dan w), dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam suatu perusahaan Analisis ini akan dilihat dari kekuatan dan juga kelemahan suatu perusahaan.

a) Kekuatan (*strenght*)

Kekuatan adalah suatu pertahanan dalam mempertahankan suatu perusahaan supaya tetap berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan. Adapun kekuatan yang dimiliki oleh pasar sinunukan yaitu kekuatan yangn dapat mengpengaruhi tingkat harga dalam suatu kegiatan pandangan tanpa adanyaabpengaruh dari pemerintah,Harga yang masih sangat terjangkau,penipuan tidak ada, Komunikasi dan Pemberian Motivasi cukup baik kepada parapedagang/consume

b) Kelemahan (*weknesses*)

Masalah dalam pengembangan pasar yang dilakukan melalui revitalisasi pasar memberikan kesejahteraan bagi masyarakat khususnya bagi para pedagang yang berada di pasar itu, tetapi malah ada beberapa pedagang di pasar sinunukan merasakan adanya perubahan.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Analisis Matriks IFAS**

<b>Faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor</b>
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>			
1. Proses komunikasi dan pemberdayaan pedagang	0,18	3	0,42
2. Lokasi Pasar Sinunukan yang strategis	0,17	4	0,68
3. Keramahan Pelayanan	0,15	3	0,45
4. Riset pedagang dan respon terhadap keluhan baik	0,14	3	0,42
<b>Total</b>	<b>0,6</b>		<b>1,97</b>
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>			
1. Program kerja Pasar sinunukan belum Maksimal	0,10	2	0,2
2. Pengelolaan kebersihan, keamanan dan ketertiban belum maksimal	0,11	3	0,33
3. Fasilitas Pasar sinunukan Kurang Lengkap	0,10	2	0,2
4. Sistem tata kelola kurang baik	0,09	2	0,18
<b>Total</b>	<b>0,4</b>		<b>0,91</b>
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>2,88</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variable *internal* Pasar Sinunukan memiliki skor kekuatan 1,97 dan kelemahan memiliki skor 0,91. Sehingga total variable *internal* memiliki skor yaitu sebesar 2,88.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Analisis Matriks EFAS**

Faktor Eksternal	Bobot	Rat- ing	Skor
<i>Peluang (Opportunities)</i>			
1. Daya tawar konsumen yang tinggi	0,18	4	0,72
2. Bantuan pemerintah terhadap pasar			
3. Kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar Menawar	0,14	3	0,42
	0,17	4	0,68
4. Kemajuan teknologi dan komunikasi	0,15	3	0,45
<b>Total</b>	<b>0,64</b>		<b>2,27</b>
<i>Ancaman (Threats)</i>			
1. Masuknya pendatang baru	0,08	2	0,16
2. Keberadaan pasar pesaing yang ada			
3. Kenaikan harga komoditas membuat daya beli masyarakat menurun	0,08	2	0,16
4. Naiknya harga produksi membuat masyarakat akan cenderung mengurangi konsumsi dan minat beli, karena pedagang juga akan menaikkan	0,10	2	0,2
	0,10	2	0,2
<b>Total</b>	<b>0,36</b>		<b>0,72</b>
<b>Total</b>	<b>1,00</b>		<b>3,00</b>

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa variable *eksternal* Pasar Sinunukan memiliki peluang dengan skor 2,27. Dan skor ancaman mencapai 0,72. Sehingga total skor variable *eksternal* yaitu 3,00.

## 2) Analisis Faktor Eksternal

Faktor eksternal terbentuk dari *opportunities* dan *threats* (O dan T). Dimana faktor ini dapat mempengaruhi kondisi yang terjadi diluar perusahaan, yang mana ini juga dapat berpengaruh dalam perbuatan keputusan perusahaan. Analisis ini akan dilihat dari peluang dan ancaman suatu perusahaan.

### a) Peluang (*opportunities*)

Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Selanjutnya, pasar dikatakan sebagai organisasi, melalui teori pengembangan pasar tradisional sekumpulan orang yang melakukan pengembangan pasar.

### b) Ancaman (*threats*)

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh Pasar sinunakan untuk mengatasi ancaman. Dengan berdasarkan strategi dapat dilakukan dengan Lebih memperhatikan kualitas dan mutu pelayanan, meningkatkan

espon terhadap keluhan pedagang, dan meningkatkan kualitas kinerja Pasar sinunukan.

**Tabel 4.7**  
**Analisis matrik SWOT**

<b>IFAS</b>	<b>KEKUATAN (S)</b>	<b>KELEMAHAN (W)</b>
<b>EFAS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses komunikasi dan pemberian motivasi cukup baik kepada para pedagang</li> <li>2. Lokasi Pasar Sinunukan yang strategis</li> <li>3. Keramahan Pelayanan</li> <li>4. Riset pedagang dan respon terhadap keluhan baik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program kerja Pasar Sinunukan belum maksimal</li> <li>2. Pengelolaan kebersihan, keamanan dan ketertiban belum maksimal</li> <li>3. Fasilitas Pasar Sinunukan Kurang Lengkap</li> <li>4. Sistem tata kelola kurang baik</li> </ol>

<p><b>PELUANG (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya tawar konsumen yang tinggi</li> <li>2. Bantuan Pemerintah terhadap pasar</li> <li>3. Kebiasaan berbelanja dengan system tawar menawar</li> </ol>	<p><b>STRATEGI SO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kerjasama dengan pemangku kepentingan</li> <li>2. Meningkatkan komunikasi dan Pemberian motivasi kepada para pedagang dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi</li> <li>3. Meningkatkan kualitas pelayanan dan respon keluhan terhadap pedagang dengan adanya kebijakan dan bantuan dari pemerintah</li> <li>4. Meningkatkan mutu barang karena daya beli konsumen yang tinggi</li> </ol>	<p><b>STRATEGI WO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kebersihan, keamanan, dan ketertiban agar daya beli konsumen di pasar baru stabil semakin tinggi</li> <li>2. Meningkatkan Pelayanan dan fasilitas pendukung</li> <li>3. Meningkatkan system tata kelola dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi</li> </ol>
<p><b>ANCAMAN (T)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Masuknya pendatang baru</li> <li>2. Keberadaan pasar pesaing yang ada</li> <li>3. Kenaikan harga komoditas membuat daya beli masyarakat menurun</li> <li>4. Naiknya harga produksi membuat masyarakat akan</li> </ol>	<p><b>STRATEGI ST</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan respon terhadap keluhan pedagang</li> <li>2. Meningkatkan keahlian dan keterampilan sumber daya manusia</li> </ol>	<p><b>STRATEGI WT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan program program kerja pasar yang lebih efektif dan efisien</li> <li>2. Meningkatkan komunikasi dan konsolidasi dengan para pemilik unit dan pedagang</li> </ol>

<p>cenderung mengurangi konsumsi dan minat beli, karena pedagang juga akan menaikkan harga jualnya</p>		
--	--	--

**F. Strategi Pengembangan Pasar sinunukan dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang**

**Strategi SO**

1. Meningkatkan kerjasama dengan pemangku kepentingan

Kerjasama mencakup berbagai aspek yang bersifat strategis. Seperti dalam hal pengisian lapak dan kios, promosi, penyediaan produk, akses permodalan usah dan lain-lain. Kerjasama dapat dilakukan dengan pihak pemerintah, dalam hal ini Dinas Pasar, Koperasi dan UMKM, yakni kerjasama dalam mensosialisasikan kepada para pedagang ter Sinunukan kait pengisian lapak dan kios yang masih kosong di Pasar Sinunukan. Selain itu, kerjasama juga dapat dilakukan dengan paguyuban atau kelompok-kelompok pedagang yang ada di desa Sinunukan dan sekitarnya. Kerjasama ini akan dapat membantu mengatasi masalah kurangnya jumlah pedagang yang berjualan di lapak Sinunukan dan kios dan banyaknya lapak dan kios yang masih kosong di Pasar Sinunukan, Karena para pedagang lebih memilih untuk berjualan di bahu jalan pasar dan menjadi pedagang kaki lima.

Bagi para pedagang, dalam menjalankan usaha tidak terlepas dari aspek permodalan. Mendukung kelancaran usaha para pedagang harus menjadi salah satu bentuk strategi Pasar Baru Stabat. Karenanya, sangat baik jika Pasar Sinunukan mengambil peran sebagai fasilitator yaitu membuka akses permodalan ke berbagai pihak, salah satunya perbankan. Bentuk kerjasama yang terjalin antara pengelola, pedagang dan perbankan diharapkan dapat membantu pedagang yang membutuhkan tambahan modal untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, kerjasama antar pengelola, pedagang dan perbankan akan memberikan kemajuan positif bagi pihak yang terlibat. Pedagang akan mendapat tambahan modal usaha dengan lebih mudah. Jika dengan adanya tambahan modal usaha pedagang semakin maju, maka ini juga merupakan kesuksesan Pasar Sinunukan. Selain itu, dengan kerjasama ini pihak bank mendapatkan keuntungan karena dapat memperkenalkan dan memasarkan produk mereka dalam penyaluran pembiayaan.

1. Meningkatkan komunikasi dan pemberian motivasi kepada para pedagang dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi

Para pedagang diberikan arahan bagaimana cara berdagang yang baik dan bagaimana cara meningkatkan kualitas barang yang di jual agar pembeli banyak yang membelinya dan omset penjualan para pedagang juga bisa stabil bahkan bisa naik.

Pemberian motivasi dilakukan meski dengan cara yang sistematis tetapi lebih kepada obrolan-obrolan santai saja secara

personal, yaitu komunikasi yang di dalamnya juga disisipkan motivasional untuk lebih menjaga dan meningkatkan semangat para pedagang. Apalagi dengan kemajuan teknologi yang sekarang beredar bisa lebih mempermudah pihak perusahaan dalam berkomunikasi kepada para pedagang. Kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi menjadi peluang yang bisa dimanfaatkan oleh Pasar Sinunukan, seperti dalam penggunaan website sebaiknya juga bisa digunakan dan didukung dengan optimalisasi sosial media untuk lebih meningkatkan tingkat kunjungan website.

## 2. Meningkatkan Kualitas Pelayanan dan Respon Keluhan terhadap Pedagang dengan Adanya Kebijakan dari Pemerintah

Meningkatkan kualitas pelayanan dan respon terhadap keluhan yang ada dari pedagang, dengan cara berdialog langsung dengan pedagang menanyakan kondisi bisnis mereka dan mendapatkan kritik dan saran dari mereka. Sedangkan komunikasi yang dilakukan dalam rangka merespon tanggapan dari konsumen belum bisa dilakukan secara optimal karena melihat kondisi pasar yang belum stabil. Kebijakan pemerintah juga tidak lagi membangun pasar baru tetapi lebih ke merevitalisasi pasar yang sudah ada. Pasar tradisional direvitalisasi dari berbagai aspek demi meningkatkan kualitas dan pelayanan kepada masyarakat.

## 3. Meningkatkan Mutu Barang karena daya Beli Konsumen yang tinggi

konsumen selalu ingin membeli barang dengan kualitas yang bagus untuk dikonsumsi, oleh karena itu penting bagi para pedagang untuk

selalu menjaga kualitas dari setiap barang yang di perjual belikan. Karena banyak para pedagang yang berjualan dengan jumlah dagangan yang banyak sehingga banyak barang dagangan mereka yang sudah layu dan tidak segar lagi. Sehingga para konsumen yang melihatnya jadi enggan untuk singgah membeli karena melihat banyak barang dagangan yang sudah tidak segar lagi. Para pedagang harus lebih menjaga kualitas dari barang yang dijual agar dapat bersaing dengan pasar pesaing yang ada yang menjanjikan produk-produk makanan yang lebih berkualitas.

### **Strategi WO**

1. Meningkatkan kebersihan, keamanan, dan ketertiban agar daya beli konsumen di pasar baru stabil semakin tinggi

Aspek kebersihan, keamanan dan juga ketertiban di Pasar Sinunukan dikelola dengan menggunakan jasa alih daya (outsourcing) yaitu tenaga kebersihan, keamanan dan parkir yang menangani masing-masing dari tugas tersebut. Program yang bisa dilakukan yaitu seperti bak-bak sampah harus disediakan lebih banyak lagi agar para konsumen dan pedagang mudah dalam membuang sampah, kemudian bak-bak sampah harus rajin diangkat minimal 3 hari sekali agar sampah-sampah tidak tumpah dan berserakan lagi di kawasan Pasar sinunukan tersebut. Kemudian dari segi ketertiban yaitu lebih diperhatikan lagi seperti melarang para pedagang untuk berjualan di area parkir roda dua agar para konsumen yang membawa kendaraan bermotor tidak kesulitan dalam memarkirkan kendaraannya.

## 2. Meningkatkan pelayanan dan fasilitas pendukung

Layanan yang baik kepada para pedagang akan membuat para pedagang merasa nyaman dan mendukung kemajuan usaha. Layanan yang baik kepada masyarakat akan membuat pengunjung merasa nyaman berbelanja dan pada kesempatan lain akan kembali bahkan merekomendasikan kerabat, saudara atau kawannya untuk berbelanja di Pasar Sinunukan.

Upaya peningkatan pelayanan sangat terkait dengan fasilitas pendukung. Fasilitas yang lengkap dan terawat baik menjadi salah satu indikator pelayanan yang baik. Tidak hanya itu, pelayanan yang baik juga terkait dengan personal pengelola yang menjalankan operasional pasar sehari-hari. Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat berkunjung ke pasar atau pasar berbelanja bukan hanya sekedar berbelanja kebutuhan hidup sehari-hari, namun ada kebutuhan lain seperti sosialisasi, hiburan dan informasi. Hal ini menjadi gaya hidup masyarakat yang akan sangat baik jika diakomodasi oleh pihak pengelola Pasar Sinunukan. Sehingga untuk mengakomodasi gaya hidup seperti ini perlu disiapkan fasilitas pendukung tambahan dan melengkapi dahulu fasilitas-fasilitas yang masih kurang di Pasar Sinunukan.

## 3. Meningkatkan sistem tata kelola dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi

Dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi seharusnya mempermudah pihak pengelola pasar dalam meningkatkan sistem tata kelola di Pasar Sinunukan yaitu dengan cara melihat bagaimana sistem

tata kelola yang baik yang diterapkan di pasar-pasar yang ada di wilayah lain di Indonesia, yang bisa menjadi referensi bagi Pasar Sinunukan dalam mengembangkan pasar menjadi lebih baik. Dan juga harus mendengar pendapat para pedagang mengenai rencana tata kelola yang direncanakan apakah itu bisa meningkatkan kepuasan pedagang atau malah sebaliknya. Pihak pengelola juga harus menampung saran-saran dan kritik- kritik dari para pedaganag mengenai tata kelola pasar tersebut, karena itu semua dilakukan untuk mengembangkan pasar demi meningkatkan kepuasan para pedagang dan kenyamanan bagi para konsumen dalam membeli kebutuhannya di Pasar Baru Stabat.

### **Strategi ST**

#### **1. Meningkatkan respon terhadap keluhan pedagang**

Respon yang diberikan konsumen merupakan cerminan dari apa yang telah dilakukan dan telah dicapai oleh perusahaan. Kemampuan dalam menanggapi respon, terutama keluhan menjadi salah satu kunci keberhasilan, karena dengan begitu perusahaan bisa mengevaluasi diri. Evaluasi diri dari sudut pandang konsumen yang relative obyektif disamping evaluasi dari sudut pandang internal yang juga perlu. Sejauh ini pengelola sudah cukup baik dalam merespon keluhan yang ada. Respon terhadap keluhan di tampung setelah ada pengaduan dari pedagang atau konsumen. Selain itu, pengelola juga harus lebih aktif dalam menampung aspirasi pedagang maupun konsumen dengan cara berdiskusi langsung dan berkunjung ke kios-kios pedagang. Menigkatkan respon terhadap keluhan

para pedagang atau konsumen bisa dilakukan dengan cara berdialog langsung dengan para pedagang, menanyakan kondisi bisnis mereka dan mendapatkan kritik dan saran dari mereka atau bisa juga dengan penyebaran angket sehingga lebih khusus dan terdokumentasi, atau bisa juga dengan menggunakan layanan bebas pulsa.

## 2. Meningkatkan keahlian dan keterampilan sumber daya manusia

Kapasitas sumber daya manusia, termasuk didalamnya keahlian dan keterampilan sangat diperlukan perusahaan untuk tetap eksis dan terus berkembang. Keahlian dan keterampilan yang dimiliki oleh personil merupakan aspek yang sangat penting terhadap kinerja sebuah perusahaan. Maju mundurnya perusahaan tergantung seberapa baik personil dalam manajemen menjalankan tugas dan fungsinya.

Sumber daya manusia yang berperan penting dalam kemajuan Pasar sinunukan tidak hanya pengelola, tetapi juga para pedagang. Karena itu, perlu dipersiapkan berbagai program yang mendukung peningkatan keahlian dan keterampilan personil sumber daya manusia pengelola dan pedagang yang berkelanjutan sesuai bidang dan tingkatan yang diperlukan. Berbagai program keahlian dan keterampilan dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan pemangku kepentingan terkait, seperti pemerintah, sponsor maupun lembaga profesional yang berkompeten dalam memberikan pelatihan dan pembinaan kepada para pedagang.

## **Strategi WT**

1. Mengembangkan program-program kerja pasar yang lebih efektif dan efisien

Mengembangkan program-program yang lebih efisien dan efektif merupakan salah satu strategi yang tepat yang harus dilakukan oleh Pasar Baru Stabat, agar para pedagang yang berjualan di pasar tersebut merasa nyaman dan mendukung kemajuan usahanya. Mengembangkan program-program yang baik juga memberikan dampak yang sangat positif kepada masyarakat/pembeli yaitu akan membuat pengunjung merasa nyaman berbelanja dan pada kesempatan lain akan kembali bahkan merekomendasikan kerabat, saudara atau kawannya untuk berbelanja di pasar Sinunukan.

Program-program nya seperti, menata tata kelola pasar dengan lebih efektif lagi seperti lahan parkir yang seharusnya tidak boleh digunakan oleh pedagang sebagai lahan untuk berjualan karena membuat para pembeli berfikir ulang untuk berbelanja di Pasar Sinunukan. karena sempitnya lahan parkir yang ada dan seharusnya tata kelola di Pasar sinunukan lebih bisa di tata lagi dengan baik seperti misalnya para pedagang yang berjualan sayur mayur dikelompokkan dengan para pedaganag yang menjual sayur pula dan begitu seterusnya disesuaikan menurut jenis penjualan para pedagang sehingga memberikan kemudahan bagi para pembeli dalam membeli kebutuhan mereka. Kemudian tempat pembuangan sampah seharusnya lebih di sediakan oelh pihak pengelola pasar

dan tidak membiarkan sampah-sampah tersebut bertumpuk dan akhirnya berserakan

#### **G. Pembahasan Hasil Penelitian**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pasar sinunukan. Pengelolah pasar sinunukan belum dapat menerapkan dengan baik strategi pengembangan dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Dapat dilihat dari diketahui bahwa variable *internal* Pasar Sinunukan memiliki skor kekuatan 1,97 dan kelemahan memiliki skor 0,91. Sehingga total variable *internal* memiliki skor yaitu sebesar 2,88. Berdasarkan hasil analisis faktor strategis internal dan analisis faktor strategis eksternal diperoleh nilai total skor faktor lingkungan internal sebesar 2,88 yaitu di atas nilai rata-rata 2,5 yang berarti posisi internalnya kuat.

Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Selanjutnya, pasar dikatakan sebagai organisasi, melalui teori pengembangan pasar tradisional sekumpulan orang yang melakukan pengembangan pasar.

Salah satu strategi pengembangan pasar tradisional di pasar sinunukan adalah melalui revitalisasi pasar, yang mengacu pada dasar Pe

raturan Bupati Bangkalan Nomor 5 tahun 2016 tentang perlindungan pasar rakyat dan penataan pasar modern, bab IV yang berisi tentang pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang, kepada pedagang yang memanfaatkan fasilitas pasar sebagai tempat menjalankan usahanya. Tujuan mengikuti peraturan bupati ini adalah untuk mewujudkan pelayanan bagi masyarakat berupa penyediaan fasilitas pasar yang dapat menunjang terselenggaranya proses jual beli yang aman dan nyaman. Menurut Danisworo, revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian kota yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian mengalami degradasi. Dimana tujuan revitalisasi pasar adalah meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern sehingga bukan hanya meningkatkan pendapatan pedagang tapi juga meningkatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar

Pengelola pasar tradisional sinunukan dalam rencana pembangunan jangka panjang salah satu tujuan yang ingin dicapai adalah membangun perekonomian masyarakat menengah dengan merevitalisasi pasar Bundeg Durin Timur melalui sentral pertumbuhan ekonomi pasar tradisional khususnya ditujukan kepada para pedagang yang menempati pasar Bundeg. Dalam hal ini manajemen sangatlah penting untuk menunjang tujuan dari sebuah rencana yang dibuat. Dengan kata lain, manajemen strategi pengembangan pasar Bundeg Durin Timur haruslah dikonsepsikan

secara matang, supaya hasil dari rencana tersebut dapat maksimal. Namun, jika manajemen tersebut gagal maka akan mengakibatkan ketidaksenangan serta ketidakpuasan yang terjadi hingga

Penulis melakukan wawancara pada pedagang pas waktu luang atau pembeli pas sunyi dengan harapan penulis dapat mendapatkan informasi yang berhubungan dengan penelitian penulis. Dalam penelitian ini menggunakan informan yaitu para pedagang pasar sinunukan. Informan pada penelitian ini mempunyai berbagai karakteristik pada tabel ini, akan di tampilkan nama, umur, jenis, kelamin, pendidikan, jumlah tanggungan anak. dan lama bekerja.

Berdasarkan wawancara dengan para pedagang sebagai responden, mereka berpendapat bahwa pasar tersebut kurang memuaskan meskipun sudah dilakukan perbaikan kios- kios tempan berjualan penambahan sarana prasarana serta keamanan lebih terjamin. Pedagang pasar sinunukan yang menjadi responden memiliki harapan bagaimana kualitas pengelolaan pasar yang akan mereka terima dalam rangka pemenuhan kebutuhan mereka terima untuk merubah ketidak puasan menjadi kepuasan. Dari wawancara yang dilakukan penulis memperoleh karakteristik informan.

Menurut pengurus pasar Tradisional disinunukan yaitu bapak Dirman adi suwito,s.pd sebelum adanya revitalisasi Pasar memiliki fasilitas tempat parkir yang kecil sehingga menyebabkan ruas jalan menjadi sempit. Karena itu dilakukan pelebaran lahan yang lebih luas dan nyaman.

Dalam hal ini Pedagang merespon positif, sehingga berjalanlah pelaksanaan revitalisasi Pasar Tradisional Sinunukan. Selain memperluas lahan untuk tempat parkir, Pemerintah Desa juga memperbaiki Kios-kios yang sudah bolong atapnya, menyediakan Air bersih untuk keperluan Pedagang, memperbaiki jalanan yang berlobang dan sebagainya.<sup>36</sup>

Pedagang Pasar Sinunukan yang menjadi responden memiliki harapan bagaimana kualitas pengelolaan pasar yang akan mereka terima dalam rangka pemenuhan kebutuhan mereka. Selain itu juga memiliki keluhan terhadap pelayanan yang mereka terima untuk merubah ketidakpuasan menjadi kepuasan.

Kebijakan pengembangan pasar tradisional disusun dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi di masing-masing wilayah sehingga terjadi pemerataan perekonomian di seluruh wilayah kecamatan sinunukan Hari. Kebijakan ini disusun dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional sehingga aspek ekonomi adalah salah satu penunjang pertumbuhan dan perkembangan pasar tradisional, kemudian aspek non fisik dalam hal pengelolaan pasar penting, dan untuk mengakomodir kepentingan seluruh pihak yang terkait maka aspek sosial juga penting. Terakhir, aspek fisik terkait dengan kondisi fisik pasar yang dapat mendukung pertumbuhan dan perkembangan pasar.

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan ibu Lisna pedagang pada rabu 2 Mei 2023 pukul 11.45

Pemerintah Kabupaten mandailing Natal Hari dalam rencana pembangunan jangka menengah daerah salah satu tujuan yang ingin dicapai adalah membangun perekonomian masyarakat menengah dengan merevitalisasi pasar Sinunukan melalui sentral pertumbuhan ekonomi pasar tradisional khususnya ditujukan kepada para pedagang yang menempati Pasar Tradisional Sinunukan. Dalam hal ini manajemen sangatlah penting untuk menunjang tujuan dari sebuah rencana yang dibuat. Dengan kata lain, manajemen strategi pengembangan Pasar Tradisional Sinunukan haruslah dikonsepsikan secara matang, supaya hasil dari rencana tersebut dapat maksimal. Namun, jika manajemen tersebut gagal maka akan mengakibatkan ketidak senangan serta ketidak puasan yang terjadi hingga menurunkan produktivitas.

#### **H. Keterbatasan Hasil Penelitian**

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Jumlah responden yang hanya 20 orang, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Objek penelitian hanya di fokuskan pada pengelolah pasar.

3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kondisi internal Pasar sinunukan berdasarkan hasil analisis faktor strategis internal dan analisis faktor strategis eksternal diperoleh nilai skor faktor lingkungan internal sebesar 2,88 yaitu di atas nilai rata-rata 2,50 yang berarti posisi internal kuat. Kemudian nilai total skor faktor lingkungan eksternal sebesar 3,00 yaitu diatas nilai rata-rata 2,50 yang berarti perusahaan merespon dengan baik kondisi eksternal baik peluang maupun ancaman. Sisi internal, Pasar sinunukan memiliki 4 poin kekuatan dan 4 point kelemahan. **Kekuatan** : Proses komunikasi dan pemberian motivasi cukup baik kepada para pedagang, Lokasi Sinunukan yang strategi, Keramahan pelayanan dan Riset konsumen dan respon terhadap keluhan baik. **Kelemahan** : Program kerja Pasar sinunukan belum maksimal, Pengelolaan kebersihan, ketertiban dan keamanan belum cukup baik, Fasilitas Pasar Sinunukan kurang lengkap dan Sistem tata kelola kurang baik.

Sedangkan dari sisi eksternal memiliki 4 poin peluang dan 4 poin ancaman. **Peluang** : Daya beli konsumen yang tinggi, Adanya bantuan dan kebijakan pemerintah terhadap Pasar Sinunukan, Kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar dan Kemajuan teknologi informasi dan

komunikasi. **Ancaman** : Masuknya pendatang baru, Keberadaan pasar pesaing yang ada, kenaikan harga komoditas membuat daya beli konsumen menurun dan tingginya harga produksi membuat masyarakat akan cenderung mengurangi konsumsi dan minat beli, karena pedagang juga akan menaikkan harga jualnya.

Kekuatan utama Pasar sinunukan adalah pada lokasi pasar yang strategis yang mudah diakses oleh masyarakat. Sedangkan kelemahan utamanya pada sistem tata kelola nya yang belum rapi sehingga menyulitkan konsumen dalam membeli kebutuhannya dan membuat konsumen kurang nyaman dalam berbelanja.

Peluang yang direspon paling baik oleh pasar Sinunukan adalah daya beli konsumen yang tinggi dan biasa berbelanja dengan sistem tawar menawar. Sedangkan ancaman yang mendapat respon paling baik adalah keberadaan pasar pesaing yang ada.

2. Berdasarkan analisis SWOT maka didapat poin alternative strategi yang dapat dijalankan Pasar sinunukan, yaitu :
  - a. Meningkatkan kerjasama dengan pemangku kepentingan
  - b. Meningkatkan komunikasi dan pemberian motivasi kepada para pedagang dengan adanya kemajuan teknologi dan komunikasi
  - c. Meningkatkan kualitas pelayanan dan respon keluhan terhadap pedagang dengan adanya kebijakan dan bantuan dari pemerintah
  - d. Meningkatkan mutu barang karena daya beli konsumen yang tinggi
  - e. Meningkatkan kebersihan, keamanan, dan ketertiban agar daya beli

konsumen di Pasar Sinunukan semakin tinggi

- f. Meningkatkan pelayanan dan fasilitas pendukung
- g. Meningkatkan sistem tata kelola dengan kemajuan teknologi dan komunikasi yang ada
- h. Meningkatkan respon terhadap keluhan pedagang
- i. Meningkatkan keahlian dan keterampilan sumber daya manusia.

## **B.Saran**

Saran yang dapat penulis berikan berdasarkan hasil penelian adalah:

- a. Mengelola pasar sinunukan agar dapat potensi yang ada, yakni mempertahankan kekuatan dan membuatnya lebih bagus sehingga menjadi daya tarik, meminimalisasi kelemahan dengan mengadakan pembahasan yang diperlukan. Serta memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman secara optimal.
- b. Pengelolaan pasar tradisional sinunukan agar lebih mengadakan pendekatan yang lebih intensif kepada masyarakat khususnya warga sekitar lokasi pasar sinunukan dan pedagang pasar.
- c. Kecamatan sinunukan khususnya agar lebih meningkatkan dan mendukung kerja sama dengan pihak swasta untuk memajukan pasar tradisional.
- d. Bagi Pengelola Pasar, hendaknya meningkatkan pengawasan dan lingkungan menindak lanjuti keluhan dan saran dari para pedagang terhadap ketidakpuasan yang disampaikan oleh para pedagang. sehingga, tujuan dari revitalisasi pasar dapat tercapai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Setyawan Ega,” *Strategi Analisis SWOT Dalam Pengelolaan Pasar Tradisional untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang dan Konsumen di Pasar Ngemplak Kabupaten Tulungagung, Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan*, (2020).
- Dale, Margaret . *Meningkatkan Keterampilan Manajemen “Teknik-Teknik Meningkatkan Pembelajaran Dan Kinerja”*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer. 2021.
- Devi milasarni, Angkasawati,” *Pengembang Pasar Dalam Meningkatkan minat Pengunjung Pasar Tradisional ”Jurnal Ilmu sosial dan Ilmu Politik”* Volume 14, No. 1, Boyolangu 2021.  
Gary Armstrong , *Dasar Dasar Pemasaran* Jakarta, 1996.
- Hafizah Nurul,“*Strategi pengembangan Pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang menurut perspektif ekonomi islam”(skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan , (2020 )*
- Husaini Usman,“*Manajemen Teori, Praktek dan Riset Pendidikan* Jakarta,2018.
- J. Moelong, Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kamaludin, Rustam. 1999. *Pengantar Ekonomi Pembangunan*. Jakarta: FEUI. Kementrian Agama RI, 2010.
- Komaruddin. 2018. *Menejemen Berdasarkan Sasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2018. *Manajemen Pemasaran di Indone* Jakarta: Salemba Empat.
- Moelong. Lexy J, “*Metodologi Penelitian Kualitatif* Bandung: PT Remaja Rosdakarya  
Vol, No. 1 Mei 2014.
- Nanang Gozali Toto dan Syatori Nasehudin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012).
- Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: CV Pustaka Setia, 2014.
- Samuelson dan Nordhaus, 2003. Terj. Nur Rosyidah Dkk. *Ilmu Mikro Ekonomi*. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung : Alfabeta,2017)

Yamit , Zulian.*Manajemen Kualitas Jasa dan Produk*. Yogyakarta:Ekonisia,2014.

Anonim. “Pengertian Revitalisasi”, *www. Scribd.com*, diakses pada tanggal 06 januari 2023 jam. 14.26 WIB.

Johannes, *Kepuasan Pelanggan: Riviui Dan Pengembangannya Dalam Melaku kan Penelitian*, *Https: //Www. Google. Co.Id*, Diakses Pada Selasa, 24 desember sss2015.

Mirah Pradnya Paramita, A.A dan A.A Ketut Ayuningsasi, *Efektivitas Dan Dampak Program Revitalisasi Pasar Tradisional Di Pasar Agung Pen- injoan*, E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana Vol. 2, No. 5, Mei 2013, *Http: //Ojs.Unud. Ac.Id*. Diakses Pada Selasa, 24 Desember 2023, hlm. 235.

Wawancara dengan Bapak Kasmir, ibu immi Siregar , dan bapak Zulfan Rifa'i(Pedagang) pada Rabu, 11 Desember 2023 pukul 09.45 WIB.

Wawancara dengan Ibu alma, ibu Rona, bapak Firman(Pedagang) pada Rabu, 11 November 2023 pukul 10.00 WIB.

Wawancara dengan Ibu Delima (Pedagang) padaRabu, 3 mei 20 pukul 09.45 WIB.

Wawancara dengan ibu Birin, dan bapak Rohmat pada tanggal 3 mei 2023: 13.47 WIB.

Wawancara dengan bapak Soedarjatmo selaku kepala pasar tradisional sinunu- kan,Sinunukan pada tanggal 3 Mei 2023 : 10:11 WIB.

Wawancara dengan ibu Sri Widari, bapak Seno, dan bapak Mahfud pada tanggal 3 Mei 2023: 13.47 WIB.

# **CURICULUM VITAE**

## **(Daftar Riwayat Hidup)**

### **I. IDENTITAS PRIBADI**

1. Nama : Ramita
2. NIM : 19 402 00047
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Tempat/ Tanggal Lahir : Banjar Aur Utara, 18 Maret 2002
5. Anak Ke : 2 dari 6 Bersaudara
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. Agama : Islam
8. Alamat : Banjar Aur Utara
9. Telp. HP : 0823-8576-1024
10. e-mail : [ramitanjung@gmail.com](mailto:ramitanjung@gmail.com)

### **II. IDENTITAS ORANG TUA**

1. Ayah
  - a. Nama : Samsuar
  - b. Pekerjaan : Petani
  - c. Alamat : Banjar Aur Utara
  - d. Telp/ Hp : 0822-9839-5332
2. Ibu
  - a. Nama : Nisma sari
  - b. Pekerjaan : Petani
  - c. Alamat : Banjar Aur Utara
  - d. Telp/ Hp : -

### **III. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

1. SD NEGERI. 335 Banjar aur utara 2007-2013
2. Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah 23 Sinunukan 2013-2016
3. SMK Muhammadiyah 15 Sinunukan 2016-2019

## **PEDOMAN WAWANCARA**

Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan kepuasan Pedagang.

### **A. Pertanyaan Kepada Pengelola dan Pedagang Pasar.**

1. Bagaimana Bapak / Ibu Perkembangan pasar Tradisional ini?
2. Perembangangan apa yang ada di pasar tradisional agar dapat meningkatkan kepuasan pedagang?
3. Berapa lama Bapak menyewa toko ini dan berapa lama bapak berdagang di pasar tradisional ini?
4. Bagaimana biaya sewa, retribusi kebersihan dan ritribusi parkir di pasar sinunakan ini?
5. Bagaimana menurut ibu tentang pasar ini apakah ada ketertiban dalam pasar ini?
6. Apakah ada salah satu bantuan dari pemerintah terhadap perkembangan pasar ini?
7. Apakah organisasi pasar ini ikut campur dengan perkembangan pasar ini?
8. Apakah ada pengelolaan kebersihan, keamanandan ketertiban di pasar ini?
9. Bagaimana fasilitas ini tahun ke tahun menurut bapak?
10. Bagaimana menurut ibu tata kelolah pasar ini apakah kurang baik?

## LAMPIRAN I

### DOKUMENTASI DI PASAR SINUNUKAN







**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 2473 /In.14/G.1/G.4c/PP 00.9/10/2022  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

26 Oktober 2022

Yth. Bapak/Ibu;  
1. Darwis Harahap  
2. Ihd Aini

: Pembimbing I  
: Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini.

Nama : Ramita  
NIM : 1940200047  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Sinunukan Kabupaten Mandailing Natal)

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22133  
Telepon (0634) 22080 Faksimili (0634) 24022  
Website: [uinpadang.ac.id](http://uinpadang.ac.id)

Nomor  
Hal

2326 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/04/2023  
Monon Izin Riset

13 April 2023

Yth. Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Mandailing Natal

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama	: Ramita
NIM	: 1940200047
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus di Pasar Sinunukan Kabupaten Mandailing Natal)".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih



an Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



PEMERINTAH KABUPATEN MANDAILING NATAL  
**DINAS PERDAGANGAN  
PASAR SINUNUKAN**

Alamat : Pasar Sinunukan Kec. Sinunukan Kab. Madina Kode Pos : 22988

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : 002/PSR/SNNK/V/2023

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : **DIRMAN ADI SUWITO, S.Pd**  
Jabatan : Kepala Pengelola Pasar Sinunukan III

Menerangkan bahwa :

Nama : **RAMITA**  
NIM : 1940200047  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar telah melakukan kegiatan penelitian pengumpulan data dan informasi di Pasar Sinunukan III pada tanggal 16 Mei 2023, untuk menyelesaikan skripsinya yang berjudul :

**"Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang"**  
Di Pasar Sinunukan III. Kecamatan Sinunukan. Kabupaten Mandailing Natal.

Sesuai dengan surat dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syeh Ali Hasan Ahmad Addary Padang sidimpuan Nomor 2320/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/04/2023 Perihal Mohon Izin Riset untuk penyelesaian Skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana perlunya, atas kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

22 Mei 2023  
Kepala Pengelola Pasar Sinunukan  
  
**DIRMAN ADI SUWITO**  
Nip. 019002.200701.1.002