

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Ekonomi merupakan kebutuhan semua orang untuk memenuhi dan mengatur rutinitas sehari-hari. Oleh karena itu, individu tidak dapat melepaskan diri dari aktivitas ekonomi karena ekonomi ibarat roda yang berputar selamanya membawanya menuju kehidupan yang sejahtera.¹ Dalam kehidupan sosial, manusia saling membutuhkan dan berhubungan satu sama lain. Salah satunya adalah kegiatan ekonomi. Ada banyak jenis kegiatan ekonomi dalam Islam, salah satu yang paling terkenal dan nyata adalah kegiatan muamalah.²

Pengelolaan pasar tradisional dilakukan karena pasar tradisional memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan ekonomi rakyat dengan harapan pasar tradisional yang dianggap kotor dan kumuh dapat berkeembang menjadi lebih bersih dan nyaman. Pemerintah bertanggung jawab atas pelayanan publik kepada masyarakat melalui pengelolaan pasar. Hal ini berarti bahwa pelayanan sektor publik akan lebih diberikan kepada masyarakat melalui peningkatan layanan. Pengelolaan pasar tradisional yang efektif dan efisien akan meningkatkan kepuasan konsumen dan pedagang. Sebaliknya, jika pengelolaan pasar yang tidak efektif dan tidak efisien, sementara pihak yang dilayani terus dituntut untuk memenuhi kewajiban

¹ Richa Angkita Mulyawisdawati, "Implementasi Etika Bisnis Islam di CV Rumah Makan Yogyakarta", *Jurnal STEBI Al-Muhsin Yogyakarta*, Vol.13, No.2, (2019), 148.

² Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi* (Bandung : CV. Pustaka Setia, 2014), 187.

mereka dengan membayar berbagai jenis retribusi, sementara hak-hak mereka tidak terpenuhi, pada akhirnya akan timbul ketidakpuasan konsumen, pelanggan pasar dan pasangan pedagang.

Pasar Tradisional menurut Rutz, sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan demikian pola hubungan ekonomi yang terjadi di pasar tradisional menghasilkan terjalinnya interaksi sosial antara pedagang-pembeli, pedagang-pedagang, dan pedagang-pemasok yang merupakan warisan sosial representasi kebutuhan bersosialisasi antar individu. Seiring perkembangan zaman, pasar tradisional terletak di tempat strategis, mudah dicapai oleh kedua pihak yang tidak jauh dari desa, antar desa dan tempat yang aman dari gangguan umum. Pada akhirnya, pasar tradisional berada pada bangunan kios, los dan tanah terbuka.³

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.2 Tahun 2019 dijelaskan pada pasal 1 ayat 4 bahwa pasar rakyat merupakan suatu area tertentu tempat bertemunya pembeli dan penjual, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan proses jual beli berbagai jenis barang konsumsi melalui tawar menawar.⁴ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.21 Tahun 2021 dalam pasal 1 ayat 2 ditambahkan bahwa pasar rakyat tersebut diatur, dibangun, dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, BUMD, swasta, dapat berupa kios/toko, los, tenda yang

³ Istijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*, (Surakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 2.

⁴ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 2 Tahun 2019 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan.

dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat, koperasi serta UMK-M.⁵

Pasar tradisional bersifat penggabungan dan menyeluruh yang memerlukan upaya dalam mengembangkan pasar tradisional. Memperbaiki pasar sebenarnya sama dengan melakukan perbaikan melalui pembenahan struktur pasar atau membangun sektor usaha baru. Pengembangan atau perombakan struktur pasar belum tentu mampu membuat sektor usaha biasa menjadi nyaman bagi pembeli untuk berbelanja di pasar tradisional.

Kabupaten Nganjuk memiliki banyak pasar tradisional sebagai pusat perdagangan di setiap kecamatan. Kabupaten Nganjuk adalah sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Timur, dengan pusat pemerintahan di Kecamatan Nganjuk. Berikut ini adalah beberapa pasar tradisional yang ada di Kabupaten Nganjuk:

Tabel 1.1

Daftar Pasar Tradisional Di Kabupaten Nganjuk

No.	Kelas Pasar	Pasar	Alasan Pengelompokkan
1.	Kelas A	a. Pasar Nganjuk b. Pasar Berbek c. Pasar Kertosono d. Pasar Warujayeng e. Pasar Lengkong	<ul style="list-style-type: none"> • Terletak di pusat kota dan Jalur utama • Jumlah pedagang dan pengunjung tinggi • Fasilitas lengkap modern • Volume transaksi harian besar
2.	Kelas B	a. Pasar Sukomoro b. Pasar Gondang c. Pasar Rejoso d. Pasar Pace	<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah pedagang dan pengunjung sedang • Lokasi di kecamatan atau pinggiran kota

⁵ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.21 Tahun 2021 tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan.

		e. Pasar Payaman f. Pasar Baron g. Pasar Ngronggot h. Pasar Sawahan i. Pasar Bagor	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas memadai namun belum lengkap • Melayani kebutuhan tingkat kecamatan
3.	Kelas C	a. Pasar Mangundikaran b. Pasar Loceret c. Pasar Watudandang d. Pasar Jekek e. Pasar Kedungombo f. Pasar Blongko g. Pasar Sudimoroharjo h. Pasar Karangsemi i. Pasar Ngadipiro j. Pasar Kecubung k. Pasar Baleturi l. Pasar Kurungrejo m. Pasar Kutorejo n. Pasar Kerep o. Pasar Prambon	<ul style="list-style-type: none"> • Wilayah desa atau pelosok • Aktivitas perdagangan kecil • Beroperasi hanya pada hari pasaran • Fasilitas sederhana • Melayani kebutuhan pokok masyarakat desa sekitar

Sumber: olah data peneliti dari Direktori Pasar Dan Pusat Perdagangan 2020

Tabel 1.1 menunjukkan Pengelompokan ini didasarkan pada beberapa kriteria seperti letak geografis, jumlah pedagang dan pengunjung, volume transaksi harian, serta kelengkapan fasilitas. Pasar yang berada di pusat kota, memiliki aktivitas perdagangan yang tinggi, serta dilengkapi dengan fasilitas modern dikategorikan ke dalam Kelas A. Sementara pasar yang berada di tingkat kecamatan dengan aktivitas sedang masuk dalam Kelas B, dan pasar yang beroperasi di desa atau wilayah pelosok dengan aktivitas terbatas dimasukkan dalam kelas C.

Pengelompokan ini tidak hanya memudahkan pemerintah dalam perencanaan pembangunan dan pengelolaan infrastruktur, tetapi juga menjadi dasar dalam penetapan tarif retribusi pasar, yang disesuaikan dengan potensi

dan kapasitas pasar tersebut. Misalnya, Pasar Sukomoro sebagai salah satu pasar kelas B, memiliki peranan penting dalam melayani kebutuhan masyarakat Kecamatan Sukomoro dan sekitarnya, namun masih menghadapi tantangan dalam hal pengelolaan fasilitas, kebersihan, dan pelayanan. Dengan memahami struktur pengelompokan pasar tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pengelolaan pasar tradisional di Kabupaten Nganjuk, khususnya di Pasar Sukomoro, dapat ditingkatkan guna meningkatkan kepuasan konsumen

Tabel 1.2

Pasar Tradisional Kelas B di Kabupaten Nganjuk

1.	Nama Pasar	Pasar Sukomoro
	Lokasi	Jl. Surabaya-Madiun, Ds. Templek, Kec. Sukomoro, Nganjuk. (berada di jalan utama antar kota. Dekat dengan pintu Tol di Nganjuk)
	Penataan Pasar	Di sebelah barat terdapat area khusus pedagang sayur dalam skala besar dan kios makanan, di sebelah timurnya terdapat area pedagang bawang merah skala besar, dan sebelah timur kios pedagang sembako, pedagang makanan, pedagang ikan, daging dan ayam. Untuk pasar hewan terletak di sebelah utara agar tidak mengganggu kenyamanan pembeli bahan makanan atau lainnya.
	Fasilitas	Tempat parkir, MCK, tempat ibadah, halte bus, dekat dengan fasilitas umum (Masjid, Klenteng, Kantor Kecamatan, Bank BRI, Stasiun) dan bangunan pasar merupakan bangunan baru permanen yang lebih nyaman dan aman.
	Jumlah Pedagang	486 Pedagang
	Rata-rata Jumlah Pengunjung per tahun 2024 dalam	3500

	satu hari	
2.	Nama Pasar	Pasar Gondang
	Lokasi	Jl. Gondang-Sukomoro, Karangpedat, Gondangkulon, Nganjuk
	Penataan Pasar	Sesuai barang yang dijual, kios-kios berjejer (dari pedagang sayur dan kebutuhan lainnya, ada pasar hewan dan pasar bawang merah, serta pedagang eceran).
	Fasilitas	Tempat Parkir, MCK, dan dekat Fasilitas Umum.
	Jumlah Pedagang	363 Pedagang
	Rata-rata Jumlah Pengunjung per Tahun 2024 dalam satu hari	2700
3.	Nama Pasar	Pasar Rejoso
	Lokasi	Jl. Raya Gondang, Rejoso, Nganjuk
	Penataan Pasar	Kios-kios berada di bagian depan dan pinggir pasar, bagian dalam penjualan dengan dasaran atau meja. Pedagang eceran dan sembako.
	Fasilitas	Tempat parkir, MCK. Tempat parkir, MCK.
	Jumlah Pedagang	267 Pedagang
	Rata-rata Jumlah Pengunjung per Tahun 2024 dalam satu hari	2300

Sumber: Observasi dan Wawancara Pasar Sukomoro, Pasar Gondang

dan Pasar Rejoso⁶

Tabel 1.2 menunjukkan beberapa Pasar Tradisional yang ada di Kabupaten Nganjuk, namun yang menarik perhatian penulis adalah Pasar Sukomoro. Berdasarkan klasifikasi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan

⁶ Pengelola Pasar Sukomoro, Gondang dan Rejoso, *Observasi dan Wawancara*, 7 Maret 2024

Kabupaten Nganjuk, Pasar Sukomoro termasuk dalam kategori pasar kelas B, yang artinya pasar ini memiliki potensi sedang namun belum optimal dari segi fasilitas dan pengelolaan. Hal ini memberikan peluang untuk melihat sejauh mana pengelolaan pasar kelas B dapat ditingkatkan. Pasar Sukomoro memiliki jumlah pedagang yang paling banyak di antara pasar-pasar di atas dan salah satu pasar Bawang Merah yang cukup besar di Jawa Timur dan menjadi acuan untuk menentukan harga jual produsen bawang merah nasional. Pasar Sukomoro merupakan pasar yang membedakan lokasi pasar hewan sedikit lebih jauh dari lokasi pasar barang lainnya. Pasar Sukomoro memiliki lokasi yang strategis di jalan utama antar kota, selain itu Pasar Sukomoro juga merupakan Pasar yang memiliki fasilitas lengkap mulai dari pakaian, makanan, hingga kebutuhan rumah tangga serta biasa untuk pengepul dan pembeli dalam skala besar dengan harga yang jauh lebih murah. Berdasarkan observasi di Pasar Sukomoro bahwa dibandingkan dengan pasar terdekat seperti Pasar Gondang dan Pasar Rejoso, maka Pasar Sukomoro dilihat dari segi bangunan lebih tertata, lokasi berjualan menurut barang yang dijual juga dipisah, khusus pedagang bawang merah memiliki tempat tersendiri, pedagang sayur skala besar memiliki tempat khusus, dan bangunan tempat berjualan sudah dibangun permanen oleh pemerintah untuk memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi konsumen.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pengunjung maupun pedagang, ditemukan bahwa meskipun pasar ini cukup ramai, masih terdapat berbagai persoalan seperti kurangnya fasilitas umum, kebersihan yang

belum maksimal, serta sistem pengelolaan yang masih tradisional. Hal ini menjadikan Pasar Sukomoro sebagai objek yang relevan untuk dikaji dari sudut pandang manajemen pasar tradisional. Pasar Sukomoro berada di jalur utama penghubung antarwilayah di Kabupaten Nganjuk, sehingga mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai desa dan kecamatan. Hal ini membuat pasar ini menjadi pusat aktivitas perdagangan yang cukup ramai.

Dapat dilihat dari beberapa keunggulan Pasar Sukomoro di atas, maka pedagang Pasar Tradisional Sukomoro harus mampu meningkatkan kepuasan konsumen yang melakukan pembelian di pasar tradisional agar mampu mempertahankan kepuasan konsumen. Banyaknya persaingan antar pasar, maka diperlukan strategi pemasaran agar mampu meningkatkan kepuasan konsumen, karena pelanggan akan cenderung kembali membeli barang di tempat yang sama karena merasa puas dapat berdampak positif dan menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi pengecer dan pedagang kecil. Ketika pelanggan merasa puas maka minat belinya pun akan meningkat. Menurut pengamatan awal peneliti, strategi yang digunakan oleh Pasar Tradisional Sukomoro yaitu Pasar Sukomoro buka 24 jam setiap hari dengan memiliki fasilitas yang lengkap, harga yang murah dan lokasi yang strategis sehingga masyarakat dan pedagang sayur keliling berbondong-bondong untuk membeli di pasar tersebut.

Tabel 1.3**Daftar Pengunjung Pasar Sukomoro Kabupaten Nganjuk**

No.	Nama Pengunjung	Alasan Berkunjung	Persepsi Positif	Keluhan
1.	Ibu Fenti	Kebutuhan Warung	Harga murah, pilihan banyak	Pasar kurang bersih
2.	Ibu Muryati	Belanja Kebutuhan Jualan	Barang murah dan lengkap	Musholla tidak ada
3.	Ibu Suratin	Belanja Kebutuhan Jualan	Lokasi dekat rumah	Toilet kurang bersih dan kurang banyak
4.	Ibu Menik	Belanja Kebutuhan Jualan	Banyak pilihan barang	Jalanan terganggu dengan motor penjual
5.	Ibu Ika	Belanja Kebutuhan Jualan	Suasana ramai dan harga terjangkau	Area parkir sempit
6.	Ibu Ana	Belanja kebutuhan	Lokasi dekat rumah dan	Becek saat hujan

		sehari-hari	barangnya murah	
7.	Bapak Agung	Belanja Kebutuhan Jualan	Harga terjangkau dan lengkap	Perlu peningkatan kebersihan
8.	Bapak Yoyok	Belanja Kebutuhan Jualan	Harga lebih murah dan banyak pilihan	Parkir kurang luas dan kurang atap

Sumber: wawancara dengan pengunjung pasar Sukomoro⁷

Tabel 1.3 berisikan Hasil observasi awal dan wawancara langsung dengan beberapa konsumen, ditemukan bahwa tingkat kepuasan konsumen belum sepenuhnya memuaskan. Meskipun sebagian besar konsumen merasa puas dengan harga produk yang terjangkau dan keberagaman barang yang tersedia, banyak pula yang menyampaikan keluhan terhadap aspek kebersihan lingkungan pasar, kenyamanan fasilitas umum seperti toilet dan tempat parkir, serta kurangnya ketertiban dalam penataan zonasi pedagang. Konsumen berharap adanya perbaikan dalam pengelolaan pasar agar lebih profesional, tertib, dan bersih sehingga menciptakan pengalaman berbelanja yang nyaman.

Kondisi tersebut mencerminkan adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan, yang menjadi indikator bahwa tingkat kepuasan konsumen masih belum optimal. Fakta ini menjadi dasar perlunya dilakukan penelitian mengenai bagaimana pengelolaan pasar tradisional dapat ditingkatkan,

⁷ Wawancara dengan pengunjung Pasar Sukomoro, tanggal 20 Juni 2025.

terutama dalam memenuhi harapan konsumen serta mempertahankan eksistensi pasar tradisional di era modern.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang manajemen pengelolaan Pasar Sukomoro dengan judul **“Pengelolaan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Pasar Sukomoro Kabupaten Nganjuk”**.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka peneliti menetapkan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengelolaan Pasar Tradisional Sukomoro Kabupaten Nganjuk?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen pada Pasar Tradisional Sukomoro Kabupaten Nganjuk?

C. Tujuan Penelitian

Menurut masalah yang telah ditulis di atas, maka tujuan dari penulis adalah :

1. Untuk menjelaskan pengelolaan Pasar Tradisional Sukomoro Kabupaten Nganjuk.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada Pasar Sukomoro Kabupaten Nganjuk.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis berharap dapat memperoleh kegunaan atau manfaat bagi pihak terkait, kegunaan dari penelitian ini yaitu :

1. Secara Teoritis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pelayanan publik dan pengelolaan pasar tradisional. Temuan penelitian ini dapat memperkaya referensi teoritis mengenai hubungan antara pengelolaan pasar dan tingkat kepuasan konsumen, serta dapat dijadikan dasar dalam penelitian-penelitian lanjutan yang relevan di masa mendatang, terutama yang berkaitan dengan pengelolaan pasar berbasis kearifan lokal dan pendekatan pelayanan konsumen..

b. Bagi Peneliti

penelitian ini memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam memahami dan menerapkan konsep-konsep manajemen, pelayanan publik, serta analisis kepuasan konsumen di lingkungan pasar tradisional. Penulis juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang realitas sosial dan ekonomi masyarakat lokal, serta keterampilan dalam melakukan penelitian kualitatif lapangan yang dapat menjadi bekal akademik dan profesional ke depannya.

2. Secara Praktis

a. Bagi Pengelola Pasar

Penelitian ini memberikan masukan berupa informasi tentang aspek-aspek pengelolaan pasar yang perlu diperbaiki, seperti pelayanan, kebersihan, keamanan, fasilitas, dan sistem retribusi. Dengan demikian, pengelola pasar dapat merancang strategi pengelolaan yang lebih responsif terhadap kebutuhan pedagang dan konsumen, sehingga mampu meningkatkan daya saing pasar tradisional.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bermanfaat sebagai media aspirasi bagi masyarakat, khususnya konsumen pasar, dalam menyampaikan harapan dan keluhan terkait pelayanan pasar. Hasil penelitian ini juga dapat mendorong peningkatan kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka dalam memperoleh layanan yang layak dan adil di pasar tradisional.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata mengenai kondisi pengelolaan pasar tradisional dan tingkat kepuasan konsumen di Pasar Sukomoro. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi serta pertimbangan dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif dan berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan pasar tradisional di Kabupaten Nganjuk.

E. Definisi Konsep

1. Pengelolaan Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, swasta, koperasi atau swadaya masyarakat setempat dengan tempat usaha berupa toko, kios, los, dan tenda, atau nama lain sejenisnya, yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, dengan skala usaha kecil dan modal kecil, dengan proses jual beli melalui tawar menawar.⁸

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan harapannya.⁹

F. Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan penelaahan dan penelusuran penelitian terdahulu sebagai bahan referensi. Telaah pustaka pada umumnya untuk mendapatkan gambaran umum tentang penelitian yang akan dilakukan, serta untuk menghindari pengulangan dan pembahasan yang sama dengan penelitian terdahulu atau sebelumnya. Maka, peneliti menemukan hasil penelitian oleh peneliti sebelumnya yang sedikit relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan saat ini, yaitu sebagai berikut:

⁸ Istijabatul Aliyah, *Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Konstelasi Kota*, (Surakarta: Yayasan Kita Menulis, 2020), 2

⁹ Khamdan Rifa'I, *Kepuasan Konsumen*, (Jember: UIN KHAS Press, 2023), 52-53

1. Skripsi Ariswan Barmawi dari Universitas Lampung tahun 2016, yang berjudul “Pengelolaan Pasar Tradisional di Kota Bnadar Lampung oleh Dinas Pengelolaan Pasar”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen Dinas Pegelolaan Pasar dalam mengelola pasar tradisional Tugu belum berjalan dengan baik, seperti dalam planning, organizing, actuating, controlling Dinas Pengelolaan Pasar Kota Bandar Lampung belum menjalankan fungsi-fungsi manajemen tersebut dengan optimal. Hal ini di karenakan masihbanyaknya permasalahan yang terjadi di pasar tradisional Tugu.¹⁰

Persamaan skripsi ini dengan skripsi peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang pengelolaan pasar tradisional, serta penelitian menggunakan deskriptif kualitatif dan menggunakan teori dari G. Terry. Namun, perbedaan skripsi ini dengan peneliti adalah skripsi ini fokus pada bagaimana Dinas Pengelolaan Pasar mengelola pasar tradisional Tugu, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengelola pasar dalam mengelola pasar tradisional Sukomoro.

2. Skripsi Alifa Putri Agnestia dari Institut Agama Islam Negeri Kediri tahun 2021, yang berjudul “Pengelolaan Pasar Tradisional ditinjau dari Manajemen Syariah (Studi Kasus di Pasar Bandar Ngalim Kota Kediri)”.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa 1) Pengelolaan pada Pasar Bandar Ngalim Kota Kediri ada empat tahapan yaitu tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Namun, pelaksanaan di

¹⁰ Ariswan Bahmawi, “*Pengelolaan Pasar Tradisional di Kota Bnadar Lampung oleh Dinas Pengelolaan Pasar*”, (Skripsi- Universitas Lampung, 2016)

lapangan ada yang sudah terlaksana dan ada yang belum terlaksana. 2) Implementasi konsep pengelolaan Pasar Bandar Ngalim Kota Kediri ditinjau dari Manajemen Syariah sudah terlaksana dan ada yang belum terlaksana di lapangan.¹¹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dan mengkaji tentang pengelolaan pasar tradisional. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada implementasi pengelolaan pasar terhadap manajemen syariah, penelitian yang diteliti oleh peneliti berfokus pada pengelola Pasar dalam mengelola pasar tradisional Sukomoro.

3. Skripsi Ellok Izza Maghfiroh dari Institut Agama Islam Negeri Kediri tahun 2023, yang berjudul “Pengelolaan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang ditinjau dari Manajemen Syariah (Studi Kasus di Pasar Wadungsari Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo)”.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Pengelolaan di pasar wadungsari menerapkan empat tahapan antara lain tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Pada tahap perencanaan pihak pengelola pasar memiliki tujuan untuk menciptakan pasar yang berih, aman, nyaman dan tertib, akan tetapi dalam pelaksanaan dan pengawasan di lapangan masih ada beberapa yang belum dijalankan dengan maksimal. 2) Peran pengelolaan pasar wadungsari dalam meningkatkan pendapatan pedagang, tidak berjalan dengan optimal hal ini dikarenakan dikarenakan pasar yang selalu banjir saat musim

¹¹ Alifia Putri Agnestia, “*Pengelolaan Pasar Tradisional ditinjau dari Manajemen Syariah (Studi Kasus pada Pasar Bandar Ngalim Kota Kediri)*”, (Skripsi- Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021)

hujan sehingga pedagang pun juga harus libur hal ini dapat dilihat di tiga tahun terakhir pendapatan para pedagang mengalami penurunan sekitar 20%-50%. 3) implementasi konsep pengelolaan pasar wadungasri dalam meningkatkan pendapatan pedagang ditinjau dari manajemen syariah, sudah sejalan dengan prinsip manajemen syariah. Prinsip pengelolaan yang dilaksanakan dengan baik dan terorganisir seperti pedagang yang ada di bahu jalan sudah tidak lagi beroperasi sehingga tidak mengganggu pedagang yang ada di dalam pasar serta dapat meningkatkan kembali pendapatan para pedagang.¹²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti adalah jenis pendekatan kualitatif dan mengkaji tentang pengelolaan pasar tradisional. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian ini berfokus pada pengelolaan pasar tradisional dalam meningkatkan pendapatan pedagang, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berfokus pada pengelolaan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

4. Skripsi Ifan Muarif dari Institut Agama Islam Negeri Purwokerto tahun 2020, yang berjudul “Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Minat Konsumen (studi Kasus Pasar Lodra Jaya Desa Winong Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara)”.

Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan manajemen strategi melalui empat tahapan, di antaranya adalah analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi dan evaluasi. Penerapan manajemen strategi pada pengelolaan Pasar Lodra Jaya membawa dampak baik dalam meningkatkan

¹² Ellok Izza Maghfiroh, “*Pengelolaan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang ditinjau dari Manajemen Syariah (Studi Kasus di Pasar Wadungsari Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo)*”, (Skripsi- Institut Agama Islam negeri Kediri, 2023)

minat konsumen.¹³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu penelitian ini menganalisis dampak dari penerapan manajemen strategi, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menganalisis kendala dalam melakukan manajemen strategi pengelolaan pasar.

5. Skripsi Murdifina Ikhwan dari Universitas Islam Riau tahun 2021, yang berjudul “Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Pasar Baru Sorek Satu mempunyai letak yang sangat strategis karena terletak di tengah-tengah ibu kota Kecamatan Pangkalan Kuras, dengan luas tanah 2 Ha. Kondisi fisik pasar berupa bangunan kios, lapak dan lapangan terbuka yang dapat dimanfaatkan oleh para pedagang. (2) Rata-rata usia manajer adalah 40,4 tahun, jenis kelamin mayoritas adalah perempuan, rata-rata lama pendidikan manajer adalah 12,4 tahun, rata-rata jumlah tanggungan dalam keluarga adalah 3 orang dan rata-rata pengalaman kerja sebesar manajernya 3 tahun. (3) Faktor internal di Pasar Baru Sorek Satu : adanya dana pengembangan pasar dari pemerintah, aksesibilitas mudah dijangkau karena infrastruktur jalan dalam kondisi baik, jenis komoditas yang diperdagangkan lebih bervariasi dan lengkap, memiliki izin operasional dari pemerintah Kabupaten Pelalawan belum ada program kerja

¹³ Ifan Muarif, “*Manajemen Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Minat Konsumen (studi Kasus Pasar Lodra Jaya Desa Winong Kecamatan Bawang Kabupaten Banjarnegara)*”, (Skripsi- Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2020)

pengelola, kebersihan kurang baik, sistem keamanan kurang baik, ketertiban kurang baik, fasilitas lengkap namun kurang terawat, dan jumlah pengelola masih kurang . Sedangkan faktor eksternal : lokasi Pasar Baru Sorek Satu sangat strategis karena berada di tengah ibukota kecamatan Pangkalan Kuras, berdampak terhadap pendapatan masyarakat sekitar pasar, memberikan peluang bagi investor untuk mendanai pengelolaan pasar, berkembangnya lebih banyak ruko di sekitar pasar, keberadaan pasar pesaing (surprise market) semakin meningkat dan pertumbuhan pasar modern semakin meningkat. (4) Berdasarkan matriks SWOT diketahui Pasar Baru Sorek Satu berada pada kuadran I atau pada posisi *Strenght-Opportunities* (SO).¹⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu tempat penelitian di pasar tradisional dan meneliti strategi pengelolaan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu penelitian ini menganalisis menggunakan analisis SWOT, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan teori dari G.R. Terry.

¹⁴ Murdifina Ikhwan, “*Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau*”, (Skripsi- Universitas Islam Riau, 2021)