

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks penelitian

Pasar tradisional merupakan tulang punggung perekonomian masyarakat. Keberadaan pasar tradisional dinilai lebih merakyat karena mampu memberdayakan masyarakat sekitar, sehingga bisa dikatakan dapat mendukung perekonomian masyarakat sekitar. Untuk optimalisasi pasar tradisional dan Peran pemerintah sangat dibutuhkan hal terkait penataan dan pembinaan pasar tradisional.

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi antara penjual dan pembeli secara langsung dan ada proses tawar-menawar, pasar tradisional biasanya terdiri dari toko-toko atau gerai, kebanyakan penjual menjual kebutuhan sehari-hari seperti sembako, bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik jasa dan lain-lain. Selain itu ada juga yang menjual gorengan dan barang-barang lainnya.¹

Berniaga adalah kegiatan yang paling sering dilakukan di pasar. Untuk itu al-Qur'an memberikan pencerahan terhadap kegiatan dalam pasar dengan sejumlah aturan permainan, dengan tujuan supaya dapat menegakkan keadilan untuk kepentingan semua pihak, baik pribadi ataupun kelompok. Al-Qur'an pun menjelaskan bahwa orang yang berniaga tidak akan kehilangan kemuliaan atau karismanya bila melakukan kegiatan ekonomi dalam pasar.²

¹Tn"pasar", *wikipediaEnseklopediaBebas*.http://id.wikipedia.org/wiki/pasar#pasar_tradisional diakses 25/11/2021

²Mustafa dwin Nasution, dkk, *Pengenalan Ekonomi Islam* Jakarta: Kencana, 2006) . 158.

Sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat al-Furqon ayat 20: Allah Subhanahu Wa a'ala berfirman

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ وَجَعَلْنَا بَعْضَكُمْ لِبَعْضٍ فِتْنَةً أَنْ تَصْبِرُوا وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا ۝

“Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu (Nabi Muhammad), melainkan mereka pasti menyantap makanan dan berjalan di pasar. Kami menjadikan sebagian kamu sebagai cobaan bagi sebagian yang lain. Maukah kamu bersabar? Tuhanmu Maha Melihat”.³

Pasar tradisional pada sekarang ini tidak diperhaikan oleh pemerintah terhadap fasilitas umum ini. Bukannya seperti sekarang ini yang muncul istilah baru yaitu revitalisasi pasar itu seharusnya perlu diperhaikan oleh pemerintah. Yang Sebenarnya hal itu hanyalah menunjukkan ketidak pedulian pemerintah selama ini, selain itu di beberapa tempat bersaing pasar sering dianggap membatasi pedagang lama karena pedagang ditarik pungutan uang yang lebih besar. Akibatnya bukan peningkatan kesejahteraan yang didapat, bahkan beberapa pedagang lama tersingkir karena tidak sanggup membayar pungutan uang tersebut. Dengan demikian kebijakan ini harusny mendapat perhatian lebih supaya dapat membuahkan hasil yang maksiml. Karena pasar tradisional adalah salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat apabila bersaingnya kurang maksimal maka akan sangat berpengaruh pada kesejahteraan yang berada di lingkungan tersebut, terutama para peaku ekonomi yang berjualan di pasar tersebut.

Bersaing pasar memang tidaklah mudah. Raefitalisasi pasar memakan biaya yng tinggi tapi dengan melalui pembangunan, dari situlah peran pemerintah harus meningkatkan kemakmuran masyarakat secara bertahap, yaitu dengan cara meningkatkan konsumsi dan refitalisasi pasar. Karena peningkatan konsumsi

³[https://quran-id.com/Via Al-Qur'an Indonesia](https://quran-id.com/Via%20Al-Qur'an%20Indonesia)

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. bila semua ikut menghasilkan, maka semuanya akan ikut menikmati. Dengan demikian akan terwujudlah masyarakat yang adil dan makmur yang negri cita-citakan.⁴

Tetapi tidak hanya kemajuan yang tampak dari segi fisik yang nyaman saja, akan tetapi harus memperhatikan dan sasaran yang akan di capai dengan konsistensi pada segi respon petugas pasar, monitoring serta evaluasi program, Maka dari itu perlulah juga perkembangan pasar tradisional dalam meningkatkan daya saing dengan pasar moderen dalam hal ini pasar tradisional harus ada peran pemerintah yaitu program revitalisasi, agar pasar tradisional siap menyaingi sebuah pasar moderen dengan begitu pasar tradisional akan kembali dilirik oleh konsumen jika citra buruk yang ada selama ini dihapus karena pasar tradisional itu identik dengan Kumuh bau kotor dan sebagainya maka perlulah program revitalisasi dan strategi pasar sehingga pasar tradisional tetap menjadi pilihan pembeli untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari karena pasar tradisional adalah salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat⁵

⁴ Gunawa Sumodiningrat, *Membangun Perekonomian Rakyat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), . 13.

⁵ Bakhri yaeful. Maret 2017. Analisis Strategi Peningkatan Daya Saing Pasar Tradisional Dalam Menghadapi Keberadaan Pasar Modern Di Kabupaten Cirebon “*Eko-Regional*, Vol.12,

B. Foku Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian di atas, peneliti menemukan beberapa fokus penelitian, di antaranya adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan program bersaing pasar tradisional dalam meningkatkan daya saing di pasar batubintang ?
2. Bagaimana analisis strategi bersaing pasar tradisional dalam meningkatkan daya saing di Pasar batubintang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pelaksanaan program bersaing pasar tradisional dalam meningkatkan daya saing di pasar batubintang ?
2. Untuk menganalisis strategi bersaing pasar tradisional dalam meningkatkan daya saing di Pasar batubintang ?

D. Kegnaan Penelitian

Adanya penelitian ini secara umum, harapan besar peneliti agar penelitian ini bisabermanfaat dalam rangka peningkatan kualitas pendidikan. Adapun hasil dari penelitian ini dimungkinkan dapat memberikan nilai guna secara teoritis dan praktis Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan memperkaya pengetahuan ekonomi Islam terutama yang berkaitan dengan teori teori bersaing pasar tradisional

Adapun secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

1. Bagi perguruan tinggi, Adanya hasil penelitian ini semoga bisa dijadikan sebagai salah satu sumber kajian bagi mahasiswa baik sebagai bahan acuan pengetahuan maupun materi perkuliahan dan juga di gunakan penelitian erikutnya sebagai bahan pertimbangan.
2. Bagi peneliti, penelitian ini di harpkan mampu memperoleh pengetahuan tentang suatu kejadian, teori, tentang strategi penganbangan pasar tradisional dalam meningkatkan daya saing dengan pasar moderen di desa batu bintang kecamatan batu marmar
3. Bagi pemerintah, Sebagai bahan masukan yang bermanfaat bagi institusi yng terkait, khususnya bagi, UKM, serta masyarakat Pasar batu bintang kcamatan batu marmar dalam menetapkan kebijakan terhadap pedagang di Psar batu bintang.

E. Defiisi Istilah

Untuk menghindari kesalah pahaman terhadap pemahaman judul di atas, maka pnulis mendefinisikan dalam penelitian ini terhadap judul di atas maka penulis perlu menjabarkan istilah sebagai berikut:

1. Serategi Bersaing

Stategi berasal dari kata Yunani strategia yang berarti ilmu perang atau panglima perang. Maka strategi adalah suatu seni merancang operasi di dalam peperangn, strategia dapat pula diartikan sebagai suatu keterampilan mengatur suatu kejdian atau peristiwa. Secara umum bahwa strategi merupakan suatu teknik

yag digunakan untuk mencapai suatu tujuan,⁶ bersaing adalah suatu usaha yng meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan latihan.⁷ Strategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kenyamanan satu organisasi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku. Strategi bersaing adalah suatu proses yang meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintegrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu system total sepanjang periode tertentu, dan usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi.⁸

Dalam sebuah persaingan usaha sangat diperlukan adanya strategi. Strategi merupakan modal utama untuk bertahan. bagi perusahaan kecil maupun perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensinya, dapat mengadakan segmentasi pasar. Mereka dapat memusatkan kegiatan pemasaran pada segmen-segmen pasar yang dipilih. Jika sasaran pasarnya sudah ditentukan melalui riset pemasaran, maka perusahaan harus membuat suatu rencana yang baik untuk memasuki segmen pasar yang dipilih. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat dikelompokkan ke dalam empat strategi, yaitu: strategi produk, strategi harga, dan strategi promosi, strategi distribusi. Kombinasi dari keempat strategi tersebut akan membentuk

⁶Iskandarwassid, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (bandung: Pt Remaja rostakarya, 2016), 2

⁷I komang ardana,dkk, *Menejemen Sumber Daya Manusia*, (yogyakarta: graha ilmu,2014), . 92.

⁸ James L. Gibson, *Organisasi Dan Manajemen, Perilaku Struktur Dan Proses*, Terj. Djoerban Wahid, (Jakarta: Erlangga, 1990)

2. Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar serta bangunan biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai yang dibuka oleh penjual maupun pengelola pasar.⁹

Secara historis pasar tradisional diperkirakan telah ada sejak jaman kerajaan Kutai Kartanegara pada abad ke-5 Masehi, dengan diawali sistem barter barang kebutuhan sehari-hari dengan para pelaut yang datang dari Tiongkok. Pedagang di kala itu menggelar barang dagangannya di atas tikar, dan di situlah terjadi transaksi tukar-menukar barang dengan barang. Pasar pada jaman itu bukan semata-mata sebagai ruang bertemunya penjual dan pembeli, namun lebih dari itu yaitu sebagai tempat bertemunya masyarakat dan kaum bangsawan, bahkan pasar sering dijadikan sebagai bagian strategi politik untuk tukar-menukar informasi penting yang ada pada kala itu.

Rozalinda (204) menyatakan bahwa pasar merupakan wadah yang dapat mempertemukan pihak penjual dengan pembeli untuk melakukan transaksi atas barang dan jasa. Dalam perekonomian, pasar mempunyai peranan penting untuk menggerakkan roda kehidupan ekonomi masyarakat. Sejatinya pasar merupakan elemen ekonomi yang dapat mewujudkan kemaslahatan dan kesejahteraan hidup manusia.

Menurut Sarwoko (2008), dalam kamus Ekonomi & Bisnis dinyatakan bahwa, "Pasar merupakan tempat terjadinya penawaran dan permintaan antara penjual yang ingin menukarkan barang-barangnya dengan uang dan pembeli yang

⁹D.Indriati Arif Widayatmoko, *pasar tradisional*, (Semarang: 2008), 10

ingin menukarkan uangnya dengan barang dan jasa”. Oleh karena itu, setiap orang yang membeli barang tertentu dari seorang penjual, dan pembeli bisa mendapatkan kebutuhan dan keinginannya dari barang dagangan penjual, maka penjual sudah bisa dikatakan telah mengadakan pasar. Dalam Ilmu Ekonomi, pasar tidak hanya diartikan sebagai suatu tempat di mana pada hari tertentu para penjual dan para pembeli dapat bertemu untuk jual-beli barang, melainkan sebagai suatu pertemuan antara orang yang mau menjual dan orang yang mau membeli suatu barang atau jasa tertentu dengan harga tertentu.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan suatu tempat dimana penjual (produsen) dan pembeli (konsumen) bertemu dengan tujuan untuk melakukan kegiatan atau transaksi jual beli melalui kesepakatan harga yang ditentukan bersama. Penjual akan memperoleh keuntungan atau pendapatan sedangkan pembeli memperoleh barang atau jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya.

3. Daya Saing

Pengertian daya saing adalah kemampuan perusahaan, industri, daerah, negara, atau antar daerah menghasilkan faktor pendapatan dan faktor pekerjaan yang relatif lebih tinggi dan berkesinambungan untuk menghadapi persaingan internasional. Oleh karena itu dalam konteks kabupaten/kota sebagai sebuah organisasi, daya saing diartikan sebagai kemampuan kabupaten/kota untuk mengembangkan kemampuan ekonomi sosial wilayahnya guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayahnya.

Daya saing merupakan satu bentuk kemampuan yang meningkatkan kita untuk bertahan dalam kehidupan.¹⁰ Menurut Sari (2017), persaingan usaha dalam ekonomi Islam yaitu bagaimana suatu para pelaku pasar bisa bersaing. Bersaing dalam hal ini yaitu dapat bersaing serta bertahan dalam dunia pasar. Persaingan yang bagaimana suatu keunggulan produk untuk tidak memonopoli pasar akan produknya. Dalam pengertian ini ialah persaingan usaha yaitu produk bisa kompetitif, produk yang bisa dibanding-bandingkan dengan produk lainnya.

Menteri Pendidikan Nasional mendefinisikan daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah (1) kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.¹¹

Dalam pandangan Islam, persaingan yang tidak sehat antara sesama pedagang seperti melakukan fitnah agar pedagang lain atau pesaingnya menerima kerugian, maka itu haram hukumnya. Maka dari itu, persaingan harus dilakukan dalam kebaikan, seperti bersaing meningkatkan usahanya, sehingga dapat memotivasi pedagang lainnya untuk meningkatkan kualitasnya.

Pada dunia bisnis kepercayaan sangat penting artinya tanpa disadari atas rasa saling percaya, maka transaksi bisnis tidak akan bisa terlaksana. Akan tetapi, dalam dunia bisnis juga kita dilarang untuk terlalu cepat percaya pada oranglain, karena hal itu rawan terhadap penipuan. Maka, kita dianjurkan untuk melihat track

¹⁰Mohammad Saroni, *Analisis & Strategi Meningkatkan Daya Saing Sekolah*, (jogjakarta: Ar-Ruzz Media,2017), . 23.

¹¹ Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses.

record lawan bisnis kita sebelumnya. Dalam ajaran Islam, setiap muslim yang ingin berbisnis maka dianjurkan untuk selalu melakukan persaingan yang sehat, jujur, terbuka dan adil

4. Pasar Modern

Pasar modern adalah pasar yang penjual dan pembeli berintraksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan mandiri atau dilayani oleh pramugarinya, harganya pas tidak bisa ditawar, tempatnya bersih dan sejuk. Pengelolaan pasar modern dilakukan secara modern, bermodal relatif kuat, dan dikelola oleh seorang pengusaha besar. Kenyamanan berbelanja menjadi faktor yang sangat diperhatikan di pasar modern. Proses tawar-menawar tidak dapat kita lakukan seperti di pasar tradisional karena setiap barang yang dijual di pasar modern sudah dilengkapi dengan harga yang pasti dan pasar ini lebih menarik bagi warga masyarakat dari pada pasar tradisional.¹²

Pasar modern yang dibangun pemerintah, swasta, atau koperasi yang berbentuk mall, supermarket, department store, dan shopping center. Pengelolaan pasar modern dilakukan secara modern, bermodal relatif kuat, dan dikelola oleh seorang pengusaha besar. Kenyamanan berbelanja menjadi faktor yang sangat diperhatikan di pasar modern. Proses tawar-menawar tidak dapat kita lakukan seperti di pasar tradisional karena setiap barang yang dijual di pasar modern sudah dilengkapi dengan harga yang pasti

¹² D.indriati SCP Arif Widayatmoko, *pasar tradisional*, (semarang: 2008), 17

Istilah pasar modern juga dikenal dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan

Maka dari itu peneliti berkeinginan meneliti Strategi Bersaing Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Daya Saing Dengan Pasar Modern yang nantinya diharapkan hasil kajian itu dapat berkontribusi lebih majunya pasar ini dan memberikan dampak positif bagi pasar tradisional karna Sangat disayangkan sekali apabila pasar tradisional ini difakumkan atau tidak beroperasi lagi jadi harapan besar masyarakat kepada pemerintah agar meningkatkan refitalisasi dan menghidupkan pasar tradisional dan bisa menyaingi pasar modern terbut.

F. Kajian penelitian Terdahulu

Peneliti juga ingin mendalami kembali pada penelitian sebelumnya sebagai perbandingan kembali pada penelitian yang akan dilaksanakan. Kajian terdahulu berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang akan dilakukan selanjutnya. Dan juga peneliti melakukan kajian terhadap literatur-literatur yang hampir mirip namun berbeda dengan objek masalah yang diangkat, di antaranya sebagai berikut:

1. Skripsi yang ditulis oleh Ummu Solihah pada tahun 2016 yang diteliti dari skripsi ini *Strategi Bersaing Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan*

Kepuasan Pedagang Studi Kasus di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas Jawa Tengah. Dalam skripsi tersebut di tinjau dari metode penelitiannya sama yaitu memakai metode penelitian kualitatif dan penelitian tersebut terfokus pada bagaimana strategi bersaing tertuju pada kepuasan pelanggan yakni lebih kepuasan pelayanan dan jasa berbeda dengan penelitian yang peneliti tulis yaitu strategi pengembangan pasar tradisional dan juga dari studi kasus yang peneliti tulis sangat berbeda yakni di Pasar Kliwon Karanglewas, banyumas, jawa tengah.

2. Jurnal yang di tulis oleh Dyah Arum Istiningtyas, *Analisis Kebijakan Dan Strategi Bersaing Pasar Tradisional Di Kota Bogor*, pada tahun 2008. Yang penulis temui didalam jurnal ini fokusnya pada analisis analisis dan observasi kebijakan dan strategi pasar tradisional yang ada dikota bogor dan dari beberapa pasar yang sudah dibangun itu hanya satu pasar yang programnya tetap berfungsi yaitu pasar kemang. Perbedaannya yaitu fokus ke analisis dan obserfasi kebijakan pasar tradisional dan lokasi penelitian di lakukan di pasar tradisional kota bogor
3. Nurul Hafizah juga menuliskan Jurnal yang berjudul *Straegi Bersaing Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, pada tahun 2020. Penulis temukan membahas kenyamanan paar, mulai dari faktor desain, ruangan serta tempat, dan tampilan yang tidak sebaik pasar modern, kualitas barang yang kurang baik, kurangnya promosi penjualan, minimnya tingkat keamanan, kurangnya lahan parkir, hingga berbagai isu yang merusak citra pasar tradisional seperti maraknya informasi kecurangan-kecurangan dalam aktivitas penjualan dan perdagangan. Sehingga dampaknya kelemahan

pasar tradisional tersebut menyebabkan konsumen/pelanggan beralih dari pasar tradisional ke pasar modern, untuk metode penelitiannya menggunakan kualitatif. Perbedaan dari yang pengarang tulis yaitu lebih terhadap kepuasan pedagang dan lokasi penelitian yang dilakukan yaitu di Sukoharjo Surakarta

4. Putri Wulandari menuliskan jurnal yang berjudul Respon Pedagang Pada Revitalisasi Pasar Raya Padang penulis menemukan membahas tentang respon pedagang pasar pada revitalisasi pasar yang di latar belakang oleh adanya perubahan pada pasar raya Padang yang sudah direvitalisasi oleh pemerintahan bahwa Respon pedagang pada revitalisasi di Mal Pelayanan Publik Kota Padang yaitu respon positif dan respon negatif, Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif tipe studi kasus, teknik pemilihan informan purposive sampling dengan jumlah informan . Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaannya terhadap perubahan setelah revitalisasi pasar sehingga respon negatif pedagang pasar yang banyak ditemui oleh petugas pasar, dan juga lokasi penelitian yang dilakukan yaitu pasar raya Padang

Tabel 4.1

Perbedaan Persamaan Penelitian Terdahulu

No	Judul	Prsamaan	Perbedaan
1	<i>Strategi Bersaing Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Studi Kasus di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas Jawa Tengah</i>	Dari segi metode penelitiannya sama yaitu memakai metode penelitian kualitatif	penelitian tersebut yang penulis temui itu lebih menfokuskan pada bersaing tertuju pada kepuasan pelanggan yakni lebih kepuasan pelayanan dan jasa serta juga lokasi dan tidak ada perbandingan antara dua objek dengan penelitian yang peneliti tulis, dan juga dari studi kasusnya sangat berbeda yakni di Pasar Kliwon Karanglewas, banyumas, jawa tengah.
2	<i>Analisis Kebijakan Dan Strategi Bersaing Pasar Tradisional Di Kota Bogor</i>	Dari segi metode penelitiannya itu sama yaitu memakai metode penelitian kualitatif	Yang penulis temui didalam skripsi ini yang membedai yaitu lebih memfokuskan pada analisis - analisis dan observasi kebijakan dan yang ada, juga strategi pasar tradisional yang ada, sedangkan di penelitian ini lebih ke pengembangan pasar serta lokasi penelitian ini dilakukan di bogor di pasar kemang

3	Straegi Bersaing Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	Pada penelitian nurul hafizah juga membahas strategi pengembangan pasar tradisional dan jenis penelitiannya sama yakni memakai prnrlian kualitatif	Perbedaanya lebih terfokuskan terhadap kepuasan pelanggan bagaimana pelanngan tetap merasa puas dan tetap berbelanja di pasar tradisional sedangkan penenlitian ini lebih pengembangan pasar tradisional, dan juga lokasi penelitiannya di sukoharjo surakarta
4	Respon Pedagang Pada Revitalisasi Pasar Raya Padang	Jurnal yang ditulis oleh putri wulandari juga membahas yakni mengenai revitalisasi pasar dan juga dari segi jenis penelitian yaitu menggunakan penelitian kualitatif	Perbedaannya yaitu penelitian yang ditulis oleh putri wulandari menfokuskan terhadap perubahan setelah revitalisasi pasar sehingga respon negatif pedagang pasar yang banyak ditemui oleh petugas pasar, dan lokasi penelitian yaitu padang