

## **Analisis Penurunan Pengunjung (Konsumen) Ke Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Bengkulu Aksara Baru, Kab. Deli Serdang)**

**Fatimah Azzahra<sup>1</sup>, Derita Ramai Durubanu<sup>2</sup>, Regita Asiah Azzarah<sup>3</sup>, Cindy  
Melissa Wijaya<sup>4</sup>, Maria Joito Gultom<sup>5</sup>, Tumiar Sidauruk<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Jurusan Pendidikan Geografi, Universitas Negeri Medan

e-mail: [azzahraf028@gmail.com](mailto:azzahraf028@gmail.com)

### **Abstrak**

Penelitian ini berfokus pada Pasar Bengkulu Aksara Baru dan bertujuan untuk menganalisis penurunan jumlah pengunjung di Pasar Bengkulu Aksara Baru, Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penurunan pengunjung disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu: kondisi infrastruktur dan fasilitas pasar yang kurang memadai, munculnya pusat perbelanjaan modern, perubahan gaya hidup dan perilaku konsumen, dan kurangnya inovasi dan adaptasi pedagang. Penurunan pengunjung berdampak signifikan pada ekonomi dan sosial masyarakat sekitar. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan upaya strategis seperti meningkatkan infrastruktur dan fasilitas pasar, mendorong inovasi dan adaptasi pedagang, serta meningkatkan promosi dan branding pasar tradisional.

**Kata kunci:** *Pasar Tradisional, Konsumen, Pasar Bengkulu, Deli Serdang*

### **Abstract**

This research focuses on the Bengkulu Aksara Baru Market and aims to analyze the decline in the number of visitors at the Bengkulu Aksara Baru Market, Deli Serdang Regency. This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques of observation, interviews, and documentation. The research results show that the decline in visitors is caused by several factors, namely: inadequate conditions of market infrastructure and facilities, the emergence of modern shopping centers, changes in lifestyle and consumer behavior, and a lack of innovation and adaptation by traders. The decline in visitors has had a significant impact on the economic and social impact of the surrounding community. To overcome this problem, strategic efforts are needed, such as improving market infrastructure and facilities, encouraging innovation and adaptation among traders, and increasing the promotion and branding of traditional markets.

**Keywords :** *Traditional Market, Consumer, Bent Market, Serdang Deli*

### **PENDAHULUAN**

Pasar tradisional adalah tempat di mana masyarakat dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan dasar mereka, pasar memberikan peluang kerja bagi para *start-up*, yang menyebabkan perubahan status pekerjaan dan pendapatan (Brata, 2016). Secara umum pasar terbagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Menurut Keputusan Prespres No. 112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan diselenggarakan oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah (termasuk kerjasama dengan swasta), serta usaha kecil dan menengah. Pasar dengan fasilitas komersial di toko, kios, los dan tenda yang dimiliki dan dioperasikan oleh pedagang atau koperasi masyarakat, usaha kecil, modal kecil dan proses jual beli barang melalui perundingan. Pasar tradisional juga merupakan pasar dimana

pembeli dan penjual dapat berdagang secara langsung. Berbagai jenis barang yang diperdagangkan mewakili kebutuhan pokok sehari-hari. Di sisi lain, pasar modern pada dasarnya adalah pasar tempat berbagai jenis barang diperjualbelikan dengan harga pantas dan dengan layanan yang unik (Purwanto 2021). Pasar modern diadakan di alun-alun, pusat perbelanjaan dan tempat lainnya. Terlebih lagi, di pasar modern, alih-alih melakukan transaksi langsung antara penjual dan pembeli, pembeli melihat label harga (*barcode*) yang tertulis pada produk, lokasi di dalam gedung, menerima layanan mandiri, atau menerima tenaga penjualan.

Permintaan dan kebutuhan pasar yang tinggi di tingkat lokal dan masyarakat tidak boleh diabaikan. Fenomena pasar tradisional kini menghadapi kemajuan teknologi dan pasar tidak lagi sekedar pertemuan antara pembeli dengan pedagang atau penjual dalam pengertian tradisional. Untuk memenuhi kebutuhan mereka, diperlukannya peningkatkan peran aksesibilitas dan kemudahan berbelanja. Masyarakat hanya menjadikan pasar tradisional sebagai pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun dalam prosesnya, masyarakat harus menghadapi kenyataan bahwa pasar cukup jauh, serta keramaian, dan kemacetan yang diakibatkan oleh aktivitas tersebut. Harga di pasar tradisional ditentukan oleh daya tawar, sedangkan kualitas pelayanan pada umumnya ditentukan oleh kemauan pedagang dalam melayani masyarakatnya sebagai konsumen, dan keragaman produk pada umumnya ditentukan oleh kinerja sektor pertanian dan kelautan, serta ditentukan oleh kebutuhan-kebutuhan lain sebagai suatu bentuk penyaluran kebutuhan dari luar daerah.

Kegiatan pasar adalah kegiatan manusia yang beroperasi di pasar, dan kegiatan yang dilakukan berupa transaksi jual beli. Tanda-tanda adanya aktivitas pasar terlihat dari banyaknya pengunjung pasar. Kegiatan jual beli dilakukan oleh penjual dan pembeli tanpa ada unsur paksaan, artinya kedua belah pihak mempunyai tujuan yang sama antara uang dan produk yang diinginkannya. Melalui transaksi, terciptalah sistem perekonomian yang disebut pasar jual beli serta proses negosiasi antara pembeli dan penjual. Kegiatan pasar biasanya didukung oleh bangunan lain, khususnya tempat parkir. Ketika tidak ada tempat parkir di pasar, maka pelaku pasar memarkir kendaraannya di pinggir jalan, sehingga ruang jalan tersebut menjadi tempat parkir (Nurfaisah 2018). Dalam kegiatan ekonomi, pedagang dibedakan menjadi tiga kelompok berdasarkan saluran distribusinya, yaitu: (1) distributor (perseorangan), yaitu pedagang yang mempunyai hak untuk menjual suatu produk suatu perusahaan tertentu, dan (2) pedagang besar, yaitu menjual kepada pedagang lain, tergolong pedagang yang membeli produk dalam jumlah besar, dan (3) *reseller*, yaitu pedagang yang menjual produk langsung ke konsumen.

Menurut Oktaviana (2011), pembeli dalam suatu pasar adalah: (1) pengunjung, yaitu satu orang atau lebih yang pergi ke pasar tanpa tujuan untuk membeli barang atau jasa, dan (2) pembeli, yaitu dengan tujuan untuk membeli barang atau jasa satu orang atau lebih yang pergi ke suatu pasar tetapi tidak mempunyai tujuan (tempat) untuk melakukan pembelian, (3) pelanggan, yaitu satu orang atau lebih yang pergi ke suatu pasar dengan tujuan membeli barang atau jasa dan mempunyai tujuan (tempat) untuk melakukan pembelian; mempunyai arah dan tujuan yang jelas.

Penelitian ini memberikan bentuk pengukuran peran pasar tradisional dalam upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat di Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini dilakukan di pasar Bengkok Aksara Baru berdasarkan beberapa variabel yang mempengaruhi niat beli di pasar tradisional. Niat membeli di pasar tradisional dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti lokasi, kualitas produk, dan harga (Pramudyo 2014). Menurut Angkasawati (2021), permasalahan yang sering muncul pada pasar tradisional di Indonesia adalah banyaknya pedagang yang melebihi kapasitas dan banyak orang yang tidak dapat tertampung serta tidak menepati ruang yang telah ditentukan. Kondisinya dianggap tidak bersih dan tidak siap untuk dikonsumsi, memakan makanan yang dijual dianggap sebagai pelanggaran kebersihan, dan kesadaran membayar pajak masih rendah. Selain itu, kesadaran di kalangan pelaku usaha baru masih rendah, sehingga sulit bagi mereka untuk bersaing di pasar saat ini. Jam bukanya terbatas dan ada pula yang hanya buka pada hari pasar.

Mengenai situasi lahan, di beberapa pasar tradisional, sebagian lahan dimiliki oleh pemerintah daerah dan sebagian dimiliki oleh pemerintah desa. Melihat tantangan tersebut, pengembangan pasar tradisional perlu mempertimbangkan kondisi fisik, kebersihan, kompetensi pedagang, pengkajian dan perbaikan pengelolaan, serta penentuan prioritas pedagang yang ada sebelum dilakukan renovasi atau relokasi (Abshar, Soedwihjono, and Nurhadi 2020).

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan kunjungan (niat membeli) ke Pasar Bengkulu Aksara Baru. Selain itu, penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dan masyarakat umum saat berbelanja di pasar tradisional. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi niat beli di pasar tradisional ditinjau dari lokasi Pasar Bengkulu Aksara Baru, kualitas produk, dan harga. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang pasar tradisional dan dampaknya terhadap niat beli masyarakat di Kabupaten Deli Serdang.

## **METODE**

### **Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah pasar tradisional bernama Pasar Bengkulu Aksara Baru yang terletak di Jl. Pancing, Sidrejo, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

### **Metode Penelitian**

Penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk keperluan penelitian dengan cara mendeskripsikan nilai satu atau lebih variabel (*independen*) berdasarkan indikator-indikator variabel yang diselidiki, tanpa membuat perbandingan atau hubungan antar variabel yang diteliti, yaitu penelitian yang memberikan penjelasan atas fenomena atau gejala sosial yang diselidiki. Selain itu, juga melakukan klasifikasi dengan mendeskripsikan beberapa variabel yang berkaitan dengan variabel masalah yang diteliti (Sugianto, 2023).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Observasi, metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data yang lebih akurat, adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi, yang meliputi pencatatan keadaan dan perilaku suatu objek. (2) Wawancara, yaitu metode pengumpulan data dengan cara bertanya dan menjawab pertanyaan secara langsung kepada narasumber/informan, suatu metode sistematis untuk memperoleh informasi berupa pernyataan lisan mengenai objek atau peristiwa yang lalu, sekarang, atau yang akan datang. Ini adalah metode yang bagus. Dan (3) Dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data berupa buku atau dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2015:329), dokumentasi adalah suatu cara memperoleh data dan informasi yang berupa buku, arsip, dokumen, gambar tertulis, gambar berupa laporan dan informasi yang menunjang penelitian.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses memilah data, mengorganisasikannya ke dalam model, kategori dan unit deskriptif, mengidentifikasi tema yang disarankan oleh data dan mengembangkan hipotesis. Penelitian ini melibatkan analisis data yang berkesinambungan dari awal hingga akhir penelitian, baik di dalam maupun di luar lapangan, dengan menggunakan teknik seperti yang ditemukan oleh Miles dan Huberman, yaitu : (1) Reduksi data, yaitu pengambilan seluruh data yang diperoleh dari seluruh catatan lapangan hasil observasi, wawancara, dan telaah dokumen. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis data yang memperjelas data, memperkirakan apa yang penting, mengklasifikasikan, mengarahkan, menghilangkan apa yang tidak perlu, dan secara sistematis mengorganisasikan data untuk menarik kesimpulan yang bermakna. Oleh karena itu, data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan telaah dokumen dapat dikumpulkan, diseleksi, dikelompokkan dan ditarik kesimpulannya tanpa menghilangkan nilai dari data itu sendiri. (2) Penyajian data, yaitu pengumpulan informasi terstruktur yang memberikan

kemampuan menarik kesimpulan ketika mengambil tindakan. Proses penyajian data ini membuat kelompok data yang diperoleh terlihat secara keseluruhan sehingga lebih mudah dibaca dan dipahami. Metode penyajian data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah teks naratif. Dan (3) Kesimpulan dan verifikasi. Data yang diorganisasikan dengan cara seperti pemodelan, pemfokusan, dan sistematisasi dapat disimpulkan dengan cara memahami data tersebut. Kesimpulan-kesimpulan ini kemudian terus diuji untuk memastikan kesimpulan yang beralasan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Faktor Penurunan Pengunjung (Konsumen) di Pasar Bengkok Aksara Baru

Penurunan jumlah pengunjung ke Pasar Bengkok Aksara Baru di Kabupaten Deli Serdang terjadi karena beberapa faktor. Salah satu faktor utamanya adalah kondisi infrastruktur dan fasilitas pasar yang kurang memadai. Pasar ini menghadapi masalah kebersihan, drainase yang buruk, serta kekurangan fasilitas penunjang seperti tempat parkir dan toilet yang bersih. Berdasarkan hasil wawancara tim peneliti kepada Bapak Syahrul yang berprofesi sebagai pedagang sayur di pasar tersebut selama 15 tahun, beliau mengatakan bahwa *"Pengunjung sering mengeluh tentang bau tidak sedap dan genangan air ketika hujan"*. Situasi ini membuat pengalaman berbelanja menjadi kurang nyaman bagi konsumen, sehingga mereka cenderung mencari alternatif lain.

Selain itu, munculnya pusat perbelanjaan modern di sekitar wilayah Deli Serdang memberikan dampak signifikan terhadap jumlah pengunjung Pasar Bengkok Aksara Baru. Pusat perbelanjaan modern menawarkan kenyamanan yang lebih baik, kebersihan yang terjaga, dan berbagai promosi yang menarik. Tim peneliti juga melakukan wawancara kepada masyarakat sekitar yang berbelanja di pasar tersebut, dengan menanyakan pendapat masyarakat terkait alasan mereka kurang minat untuk berbelanja di pasar tersebut. Tim peneliti mewawancarai Ibu Nuraini terkait hal ini, Bu Nuraini mengatakan *"Saya seorang ibu rumah tangga yang dulunya sering berbelanja di pasar tradisional ini, tetapi sekarang saya lebih sering belanja di supermarket karena lebih nyaman dan bersih."*

Pernyataan di atas menegaskan bahwa kenyamanan dan kebersihan menjadi faktor penting dalam keputusan konsumen saat memilih tempat berbelanja. Pengalaman yang lebih menyenangkan di supermarket, dengan suasana yang lebih teratur, fasilitas yang lebih lengkap, dan kebersihan yang terjaga, menarik konsumen untuk berpindah dari pasar tradisional. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa selain harga dan ketersediaan barang, aspek fisik dan lingkungan berbelanja berperan dalam preferensi konsumen masa kini. Oleh karena itu, pasar tradisional perlu meningkatkan standar kebersihan dan kenyamanan untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan modern dan tetap menarik minat konsumen.

Perubahan gaya hidup dan perilaku konsumen juga turut mempengaruhi penurunan pengunjung di pasar tradisional. Berikut wawancara dengan Ibu Rahma, seorang pedagang bumbu: *"Anak-anak muda sekarang lebih suka belanja online atau di mall, mereka jarang mau ke pasar tradisional"*.



Gambar 1. Wawancara yang dilakukan kepada ibu Rahma

Perubahan ini menunjukkan bahwa belanja online menawarkan kenyamanan, efisiensi waktu, dan akses ke berbagai produk yang dapat diperoleh hanya dengan beberapa klik, sementara mall menyediakan pengalaman berbelanja yang modern dengan fasilitas yang nyaman dan hiburan tambahan. Hal ini membuat pasar tradisional diidentikkan dengan suasana yang ramai, kurang bersih, dan kurang terorganisir menjadi kurang menarik. Perubahan preferensi ini menuntut pasar tradisional untuk melakukan adaptasi guna tetap relevan di era digital.

Selain itu, banyak pedagang di Pasar Bengkok Aksara Baru yang masih mempertahankan cara berdagang tradisional tanpa ada inovasi atau adaptasi terhadap perubahan zaman. Berikut ini hasil wawancara dengan Bapak Ucok penjual tahu: *“Kami susah bersaing karena kami tidak punya kemampuan atau modal untuk mengubah cara berdagang kami di pasar ini”*.



**Gambar 2. Wawancara kepada bapak Ucok**

Pernyataan di atas menggambarkan tantangan besar yang dihadapi para pedagang tradisional di Pasar Bengkok Aksara Baru. Kurangnya inovasi dan adaptasi dalam metode berdagang mereka memperburuk situasi, karena mereka tetap berpegang pada cara-cara konvensional yang tidak lagi menarik bagi konsumen modern. Tanpa kemampuan untuk berinovasi atau akses terhadap modal yang cukup, para pedagang ini tidak mampu memperbaiki kondisi toko, memperluas jangkauan pasar melalui platform digital, atau meningkatkan kualitas layanan yang dapat menarik minat konsumen. Akibatnya, pedagang mengalami kesulitan untuk bersaing dengan pusat perbelanjaan modern. Situasi ini menciptakan ketimpangan yang semakin melebar antara pasar tradisional dan alternatif belanja modern yang berujung pada penurunan jumlah pengunjung dan pendapatan bagi pedagang tradisional. Adaptasi dan inovasi menjadi kebutuhan mendesak bagi keberlangsungan pasar tradisional di tengah perubahan cepat dalam preferensi dan perilaku konsumen.

Penurunan jumlah pengunjung ke Pasar Bengkok Aksara Baru memiliki implikasi ekonomi dan sosial yang signifikan. Dari segi ekonomi, banyak pedagang mengalami penurunan pendapatan, bahkan beberapa terpaksa menutup usahanya. Persaingan dengan pusat perbelanjaan modern dan belanja online yang semakin populer telah mengakibatkan penurunan daya tarik pasar tradisional yang berujung pada berkurangnya jumlah pelanggan dan pendapatan bagi para pedagang. Akibatnya, kesejahteraan keluarga pedagang dan tenaga kerja yang bergantung pada pasar ini turut terpengaruh dengan hilangnya pekerjaan atau penurunan pendapatan sebagai dampak yang dirasakan. Dari segi sosial, pasar tradisional yang seharusnya menjadi tempat interaksi sosial dan budaya mulai kehilangan fungsinya. Pasar merupakan tempat di mana hubungan antar manusia terjalin, di mana masyarakat dapat bertemu, berinteraksi, dan bertukar cerita. Namun, dengan berkurangnya pengunjung, interaksi sosial ini juga semakin berkurang. Ini menciptakan suasana yang kurang ramai dan kurangnya kehidupan sosial di sekitar pasar, mengurangi potensi pasar sebagai tempat untuk mempererat ikatan sosial dan mempertahankan identitas budaya lokal. Oleh karena itu, penurunan jumlah pengunjung ke Pasar Bengkok Aksara Baru tidak hanya

berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga mengancam keberlangsungan sosial dan budaya komunitas lokal yang bergantung padanya.

### **Upaya mengatasi Penurunan Pengunjung di Pasar Bengkok Aksara Baru**

Untuk mengatasi penurunan jumlah pengunjung ke Pasar Bengkok Aksara Baru, diperlukan serangkaian upaya strategis yang mencakup berbagai aspek ekonomi, sosial, dan budaya. Pertama, perlu dilakukan revitalisasi infrastruktur pasar dengan memperbaiki kondisi fisik seperti kebersihan, drainase, dan fasilitas penunjang seperti tempat parkir dan toilet yang bersih. Upaya ini dapat dilakukan melalui alokasi dana dari pemerintah daerah untuk renovasi dan pemeliharaan infrastruktur pasar.

Kedua, diperlukan pemberdayaan pedagang melalui pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan keterampilan berdagang dan pemasaran. Pelatihan ini dapat mencakup penggunaan teknologi digital dalam memasarkan produk, manajemen keuangan, dan pengelolaan usaha. Hal ini dapat dilakukan melalui kerjasama antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan organisasi pedagang lokal.

Ketiga, diperlukan promosi pasar tradisional sebagai destinasi belanja yang unik dan beragam. Promosi dapat dilakukan melalui kampanye pemasaran yang kreatif, penggunaan media sosial, dan kerjasama dengan komunitas lokal untuk mengadakan acara atau festival pasar yang menarik minat pengunjung.

Keempat, perlu adanya integrasi pasar tradisional dengan teknologi digital melalui pembentukan platform *e-commerce* lokal yang menghubungkan pedagang dengan konsumen secara online. Ini akan membantu pedagang memperluas jangkauan pasar dan menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk generasi muda yang cenderung menggunakan teknologi dalam berbelanja.

Pemerintah daerah juga perlu melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala terhadap implementasi berbagai program revitalisasi pasar tradisional. Evaluasi ini penting untuk mengevaluasi efektivitas upaya yang dilakukan serta mengidentifikasi kendala dan tantangan yang masih dihadapi dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional. Dengan adanya kerjasama antara pemerintah daerah, pedagang, dan masyarakat lokal, diharapkan pasar tradisional ini dapat tetap menjadi pusat ekonomi dan sosial yang vital bagi komunitas sekitarnya.

### **SIMPULAN**

Dapat ditarik kesimpulan bahwa penurunan jumlah pengunjung ke Pasar Bengkok Aksara Baru dipengaruhi oleh persaingan dengan pasar modern dan *e-commerce* di media sosial sehingga pengunjung lebih memilih berbelanja di tempat tersebut. Pengunjung cenderung beralih ke pasar modern karena merasa nyaman dan efisien dalam lingkungan yang bersih, teratur, dan dilengkapi dengan fasilitas modern seperti area parkir yang luas dan toilet yang bersih. Selain itu, penggunaan teknologi dalam berbelanja melalui *e-commerce* memberikan efisiensi terhadap waktu dengan kemudahan dalam mencari produk, membandingkan harga, dan melakukan transaksi tanpa harus datang langsung ke tempat penjualan. Oleh karena itu, pasar tradisional perlu melakukan berbagai upaya adaptasi dan inovasi untuk mempertahankan daya tariknya dan tetap bersaing di era digital ini. Untuk mendorong masyarakat agar lebih memilih berkunjung ke Pasar Tradisional Aksara Baru, pemerintah harus mengambil langkah untuk membuat pasar tersebut lebih nyaman dan menarik bagi pengunjung. Pemerintah perlu mengalokasikan dana dan sumber daya untuk memperbaiki kebersihan pasar dan memperbaiki fasilitas seperti tempat parkir yang memadai dan toilet yang bersih.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pengampu mata kuliah ini, yaitu Ibu Tumiar Sidauruk yang telah memberikan tugas dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik dan telah memberikan dukungan

terhadap keberhasilan penelitian ini. Dan penulis juga berterima kasih kepada masyarakat yang sudah membantu penulis melewati wawancara yang telah dilakukan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abshar, Muhammad Birawan Aulia, Soedwihajono Soedwihajono, and Kuswanto Nurhadi. 2020. "Pengaruh Aktivitas Pasar Terhadap Karakter Lalu Lintas: Studi Kasus Area Pasar Gede Surakarta." *Jurnal Perencanaan Wilayah, Kota, Dan Permukiman* 2(2):175. doi: 10.20961/desa-kota.v2i2.37984.175-185.
- Angkasawati, and Devi Milasari. 2021. "Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung." *Publiciana: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik* 14(1):169–87. doi: 10.36563/publiciana.v14i1.296.
- Brata, Ida Bagus. 2016. "Pasar Tradisional Di Tengah Arus Budaya Global." *Jurnal Ilmu Manajemen* 6(1):1–12.
- Nurfaisah. 2018. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai." *J.Informasi* 30(september 2016):10–17.
- Oktaviana, Galuh. 2011. "Landasan Konseptual Perencanaan Dan Perancangan Redesain Pasar Tradisional KONGKE, Surakarta." *Uajy* 79–83.
- Pramudyo, Anung. 2014. "Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional Di Yogyakarta." *JBMA: Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi* 2(1):78–93.
- Purwanto, Fransiska. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta." *Thesis* 1–23.
- Sugianto, Agung Puguh Kusuma Permadi Koes and Wulan, Budhi Rahayu Sri and Andjariani, Endang Wahyu. 2023. "Metodologi Penelitian Sosial: Teori Dan Praktik." *STAIN Kediri Press: Jawa Timur* (December):1–349.