



Counseling on Traditional Market Development Strategies to Increase Customer Satisfaction

Penyuluhan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan

¹Muhammad Safii Murad Daulay, ²Uswatun Hasanah, ³Irvan Murizal, Ayunda Fatmasari⁴,
Oppie Meisya Tanjung⁵, Hilman Lubis⁶.

¹⁻⁶Universitas Tjut Nyak Dhien

e-mail:uswatun.hasanah@utnd.ac.id

Abstrak

This community service activity aims to enhance traditional market traders' understanding of business development strategies to improve customer satisfaction. This topic is important as many traders still operate conventionally without structured strategies, leading to low competitiveness and customer satisfaction. The activity was conducted through a counseling session at Warung Barokah Cabe Ijo, Sunggal, involving 30 participants and supported by 15 university students. The methods used included lectures, interactive discussions, and simple case studies related to customer service and business management. The results indicate an increased understanding among participants regarding the importance of service quality, cleanliness, customer communication, and product variation as key strategies in traditional market development. Participants also began to recognize the importance of simple financial recording to support business management. This activity is expected to create a sustainable impact in improving the competitiveness of traditional market traders.

Keyword: Traditional Market; Customer Satisfaction; Business Development Strategy; Traders; Community Service

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pedagang pasar tradisional mengenai strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Topik ini dipilih karena masih banyak pedagang yang menjalankan usaha secara konvensional tanpa strategi yang terarah, sehingga berdampak pada rendahnya daya saing dan kepuasan pelanggan. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan di Warung Barokah Cabe Ijo, Sunggal, dengan melibatkan 30 peserta pedagang pasar serta didukung oleh 15 mahasiswa. Metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi interaktif, dan studi kasus sederhana terkait pelayanan pelanggan dan pengelolaan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya kualitas pelayanan, kebersihan, komunikasi dengan pelanggan, serta variasi produk sebagai strategi pengembangan pasar tradisional. Selain itu, peserta juga mulai menyadari pentingnya pencatatan sederhana dalam mendukung pengelolaan usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing pedagang pasar tradisional.

Kata kunci: Pasar Tradisional; Kepuasan Pelanggan; Strategi Pengembangan Usaha; Pedagang; Penyuluhan

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Keberadaan pasar tradisional tidak hanya menyediakan barang kebutuhan pokok dengan harga terjangkau, tetapi juga menjadi ruang interaksi ekonomi antara penjual dan pembeli serta sumber penghidupan bagi pedagang lokal (Yulianti & Yatima, 2021). Namun, dalam praktiknya, pedagang di pasar tradisional masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam aspek pelayanan dan pengembangan usaha. Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang belum memiliki



pemahaman yang memadai mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam mempertahankan pelanggan.

Berdasarkan pengamatan, perilaku pelayanan pedagang masih cenderung dipengaruhi oleh kondisi emosional dan kebiasaan sehari-hari. Ketika dalam kondisi lelah, beberapa pedagang menunjukkan sikap kurang ramah bahkan terkesan ketus terhadap pelanggan. Di sisi lain, terdapat pula pedagang yang mampu memberikan pelayanan yang baik dan ramah, namun hal ini belum menjadi standar umum. Selain itu, terdapat persepsi di kalangan pedagang bahwa selama pendapatan harian sudah mencukupi kebutuhan dasar, seperti makan dan biaya sekolah anak, maka usaha dianggap sudah cukup tanpa perlu melakukan pengembangan lebih lanjut.

Pola pikir yang masih sederhana ini berdampak pada rendahnya kesadaran terhadap pentingnya strategi pengembangan usaha, seperti peningkatan kualitas layanan, inovasi produk, dan pengelolaan usaha yang lebih terarah. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan pelanggan beralih ke tempat lain yang menawarkan pelayanan lebih baik, sehingga menurunkan daya saing pedagang pasar tradisional di tengah perubahan sosial-ekonomi dan meningkatnya persaingan, termasuk dari pasar modern dan platform digital.

Oleh karena itu, diperlukan intervensi akademik melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pedagang mengenai pentingnya pelayanan dan strategi pengembangan usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru serta mendorong perubahan pola pikir pedagang agar lebih adaptif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan sebagai upaya meningkatkan keberlanjutan usaha.

Pengembangan pasar tradisional di Indonesia telah menjadi perhatian berbagai peneliti dalam beberapa tahun terakhir, terutama dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern dan perubahan perilaku konsumen. Pasar tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pusat ekonomi, tetapi juga memiliki nilai sosial dan budaya yang kuat, sehingga membutuhkan pendekatan pengembangan yang tidak hanya berorientasi ekonomi, tetapi juga mempertahankan karakter lokal (Wibawa et al., 2024). Oleh karena itu, strategi pengembangan pasar tradisional harus bersifat multifaset, mencakup aspek budaya, ekonomi, dan modernisasi.

Beberapa studi menunjukkan bahwa integrasi budaya dan penguatan identitas lokal dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pasar tradisional. Misalnya, pasar berbasis budaya seperti Pasar Papringan mampu menarik minat konsumen melalui pengalaman unik yang ditawarkan (Widyastiti et al., 2022). Selain itu, pengembangan pasar tradisional sebagai destinasi wisata belanja juga terbukti mampu meningkatkan daya saing dan ekonomi lokal (Agung et al., 2023). Hal ini



menunjukkan bahwa potensi pasar tradisional dapat dikembangkan melalui pendekatan inovatif berbasis kearifan lokal.

Di sisi lain, modernisasi dan transformasi digital juga menjadi strategi penting dalam pengembangan pasar tradisional. Integrasi teknologi digital memungkinkan pedagang memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha (Purwanto et al., n.d.). Selain itu, revitalisasi infrastruktur pasar, seperti peningkatan kebersihan, kenyamanan, dan tata ruang, menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat konsumen (Tanuwidjaja & Wirawan, 2015). Dukungan kebijakan pemerintah melalui pemberdayaan pasar tradisional juga berperan dalam menjaga keberlangsungan pasar di tengah tekanan pasar modern (Saputra et al., 2021).

Namun demikian, berbagai penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa pasar tradisional masih menghadapi tantangan signifikan, seperti persepsi negatif terkait kebersihan, kenyamanan, dan kualitas pelayanan dibandingkan dengan pasar modern (Ardhiansyah & Mahendarto, 2020). Selain itu, ekspansi pasar modern yang semakin masif turut mengancam keberlangsungan pasar tradisional (Irianto, 2013; Hakim & Kristiyanto, 2020). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tidak hanya bersifat struktural, tetapi juga menyentuh aspek perilaku pedagang sebagai pelaku utama dalam aktivitas pasar.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, beberapa kegiatan penyuluhan telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas pedagang, seperti penyuluhan strategi peningkatan penjualan dan penciptaan lingkungan pasar yang kondusif (Yunita et al., 2025; Sari et al., 2025). Kegiatan tersebut umumnya berfokus pada peningkatan aspek manajerial dan lingkungan fisik pasar. Namun, masih terdapat keterbatasan dalam pendekatan yang secara langsung menyasar perubahan pola pikir dan perilaku pelayanan pedagang, khususnya terkait kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan sebagai faktor keberlanjutan usaha.

Berdasarkan telaah literatur tersebut, terdapat gap antara konsep pengembangan pasar tradisional yang telah banyak dikaji secara makro (seperti kebijakan, digitalisasi, dan infrastruktur) dengan kondisi nyata di lapangan yang menunjukkan bahwa pedagang masih memiliki pola pikir sederhana dan belum sepenuhnya memahami pentingnya strategi pelayanan dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan memberikan penyuluhan yang berfokus pada peningkatan kesadaran pedagang terhadap kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan strategi pengembangan usaha secara praktis dan kontekstual.

Berdasarkan identifikasi gap yang telah diuraikan sebelumnya, kebaruan (novelty) dalam kegiatan pengabdian ini terletak pada pendekatan yang digunakan, yaitu tidak hanya berfokus pada



aspek struktural seperti infrastruktur, kebijakan, atau digitalisasi, tetapi lebih menitikberatkan pada perubahan pola pikir (mindset) dan perilaku pelayanan pedagang sebagai aktor utama dalam aktivitas pasar tradisional. Kegiatan ini mengintegrasikan penyuluhan berbasis pengalaman langsung (experiential learning) dengan studi kasus sederhana yang dekat dengan realitas pedagang sehari-hari. Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan ini menjadi nilai tambah sebagai bentuk kolaborasi akademik yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga aplikatif dalam konteks masyarakat. Pendekatan ini relatif belum banyak dilakukan dalam kegiatan pengabdian sebelumnya yang cenderung lebih menekankan aspek manajerial dan lingkungan fisik pasar.

Urgensi kegiatan ini didasarkan pada kondisi nyata di lapangan yang menunjukkan bahwa rendahnya kualitas pelayanan dan terbatasnya pemahaman pedagang terhadap strategi pengembangan usaha berpotensi menurunkan daya saing pasar tradisional. Jika kondisi ini terus berlanjut, maka pedagang akan semakin kehilangan pelanggan akibat pergeseran preferensi konsumen ke pasar modern yang menawarkan kenyamanan dan pelayanan yang lebih baik. Secara sosial, hal ini dapat berdampak pada menurunnya kesejahteraan pedagang sebagai pelaku ekonomi mikro. Secara ekonomi, lemahnya daya saing pasar tradisional dapat mengurangi kontribusinya sebagai pilar ekonomi kerakyatan. Dari sisi akademik, kegiatan ini menjadi penting sebagai bentuk implementasi ilmu pengetahuan dalam menjawab permasalahan riil masyarakat serta memperkuat peran perguruan tinggi dalam pengabdian kepada masyarakat.

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran pedagang pasar tradisional mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam mempertahankan pelanggan, serta memperkenalkan strategi sederhana dalam pengembangan usaha yang dapat diterapkan secara praktis. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk mendorong perubahan pola pikir pedagang agar lebih adaptif, tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek, tetapi juga pada keberlanjutan usaha. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam pemberdayaan pedagang pasar tradisional serta mendukung peningkatan daya saing dan kesejahteraan mereka.

METODE PENERAPAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan kepada pedagang pasar tradisional di Sunggal yang bertempat di Warung Barokah Cabe Ijo. Kegiatan ini melibatkan 30 peserta pedagang dan didukung oleh 15 mahasiswa sebagai fasilitator



lapangan. Metode yang digunakan dirancang untuk mencapai tujuan peningkatan pemahaman dan perubahan perilaku pedagang dalam aspek pelayanan dan pengembangan usaha.

Metode pelaksanaan kegiatan terdiri dari beberapa tahapan, yaitu: (1) tahap persiapan, meliputi identifikasi permasalahan pedagang melalui observasi awal dan penyusunan materi penyuluhan; (2) tahap pelaksanaan, berupa penyampaian materi melalui ceramah interaktif, diskusi, dan studi kasus sederhana yang relevan dengan kondisi sehari-hari pedagang; serta (3) tahap evaluasi, untuk mengukur tingkat pemahaman dan perubahan sikap peserta setelah kegiatan berlangsung.

Untuk mengukur keberhasilan kegiatan, digunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang didukung dengan instrumen sederhana berupa kuesioner dan observasi. Kuesioner diberikan sebelum dan sesudah kegiatan (pre-test dan post-test) untuk melihat perubahan pemahaman peserta terkait pelayanan pelanggan dan strategi pengembangan usaha. Indikator yang diukur meliputi: (1) pemahaman tentang pentingnya pelayanan yang ramah dan responsif, (2) kesadaran terhadap pentingnya menjaga hubungan dengan pelanggan, (3) pemahaman mengenai strategi sederhana dalam mengembangkan usaha, dan (4) kesadaran akan pentingnya pencatatan usaha secara sederhana.

Selain itu, observasi langsung juga dilakukan selama kegiatan untuk menilai partisipasi aktif peserta, respons terhadap materi, serta perubahan sikap yang ditunjukkan dalam diskusi. Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan adanya peningkatan pemahaman (kognitif), perubahan sikap (afektif), serta kesiapan peserta dalam menerapkan praktik pelayanan yang lebih baik (konatif).

Dari sisi sosial budaya, keberhasilan kegiatan ditunjukkan melalui meningkatnya kesadaran pedagang akan pentingnya sikap ramah dan pelayanan yang baik sebagai bagian dari budaya berdagang. Dari sisi ekonomi, keberhasilan diharapkan tercermin dalam meningkatnya motivasi pedagang untuk mempertahankan pelanggan dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Dengan demikian, metode yang digunakan tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada perubahan perilaku yang dapat memberikan dampak nyata bagi keberlangsungan usaha pedagang pasar tradisional.

TAHAPAN PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan proses identifikasi masalah yang dilakukan melalui observasi langsung dan komunikasi informal dengan pedagang



pasar tradisional di Sunggal. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa sebagian besar pedagang masih memiliki pemahaman yang terbatas terkait pentingnya kualitas pelayanan dan strategi pengembangan usaha. Selain itu, ditemukan bahwa perilaku pelayanan pedagang masih sangat dipengaruhi oleh kondisi emosional dan belum berorientasi pada kepuasan pelanggan. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan penyuluhan dirancang untuk menjawab kebutuhan nyata yang dihadapi oleh pedagang.

Tahapan pelaksanaan kegiatan dilakukan secara sistematis melalui beberapa langkah. Pertama, tahap persiapan yang meliputi penyusunan materi penyuluhan yang kontekstual dan mudah dipahami, serta pembagian peran kepada 15 mahasiswa yang terlibat sebagai pendamping kegiatan. Mahasiswa berperan dalam membantu fasilitasi diskusi, mendampingi peserta, serta mendukung jalannya kegiatan secara teknis.

Kedua, tahap pelaksanaan kegiatan yang dilakukan di Warung Barokah Cabe Ijo dengan melibatkan 30 pedagang sebagai peserta, dan dilaksanakan pada tanggal 18 Januari 2026. Strategi yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, di mana peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga aktif berdiskusi dan berbagi pengalaman. Metode yang digunakan meliputi ceramah interaktif, diskusi kelompok, serta penyampaian studi kasus sederhana yang relevan dengan aktivitas berdagang sehari-hari. Materi yang disampaikan berfokus pada pentingnya pelayanan yang ramah, menjaga hubungan dengan pelanggan, serta strategi sederhana dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha.

Ketiga, tahap evaluasi yang dilakukan melalui tanya jawab, refleksi bersama, serta pengisian kuesioner sederhana untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta. Selain itu, dilakukan observasi terhadap respons dan partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung.

Dalam pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan waktu pedagang karena harus tetap menjalankan aktivitas jual beli, serta perbedaan tingkat pemahaman peserta. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pelaksana menggunakan pendekatan komunikasi yang sederhana dan fleksibel, serta menyampaikan materi dengan contoh konkret yang mudah dipahami. Selain itu, suasana kegiatan dibuat santai dan interaktif agar peserta merasa nyaman dan lebih terbuka dalam mengikuti kegiatan.

Melalui tahapan pelaksanaan ini, kegiatan pengabdian tidak hanya menjadi sarana penyampaian materi, tetapi juga menjadi proses pembelajaran bersama antara akademisi dan masyarakat. Pendekatan yang adaptif dan partisipatif diharapkan mampu mendorong perubahan pola pikir dan perilaku pedagang secara bertahap menuju pengelolaan usaha yang lebih baik.



HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman pedagang pasar tradisional mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan strategi pengembangan usaha. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya pelayanan pelanggan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan, tanggapan, dan diskusi aktif yang muncul selama penyuluhan. Peserta mulai menyadari bahwa mempertahankan pelanggan tidak hanya bergantung pada harga barang, tetapi juga pada cara pedagang melayani pelanggan, seperti bersikap ramah, berkomunikasi dengan baik, dan merespons keluhan pelanggan secara tepat.

Selain itu, beberapa peserta menunjukkan adanya perubahan pola pikir terkait pengembangan usaha. Sebagian peserta mulai memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha, misalnya dengan membuka cabang kecil di lokasi lain atau melibatkan anggota keluarga dalam kegiatan berdagang. Namun demikian, sebagian kecil peserta masih menunjukkan keraguan karena adanya keterbatasan modal, tenaga kerja, serta tantangan dalam mengelola usaha yang sudah berjalan.

Dalam aspek pelayanan, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya etika pelayanan, komunikasi efektif, dan standar kualitas layanan. Peserta mulai mampu mengaitkan materi yang diberikan dengan pengalaman sehari-hari dalam menghadapi pelanggan di pasar tradisional.

Namun, kegiatan ini juga menemukan beberapa tantangan nyata yang dihadapi pedagang. Peserta menyampaikan bahwa kondisi pasar tradisional tidak selalu ideal, misalnya adanya pelanggan yang menawar harga secara tidak wajar, persaingan yang kurang sehat, tekanan sosial, serta pengaruh pihak lain yang dapat mengalihkan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pasar tradisional menghadapi situasi usaha yang kompleks dan membutuhkan strategi pelayanan yang sesuai dengan kondisi lapangan.

Secara umum, indikator ketercapaian kegiatan dapat dilihat dari peningkatan pemahaman, perubahan sikap, partisipasi aktif, serta munculnya motivasi untuk mengembangkan usaha. Indikator ketercapaian kegiatan disajikan pada Tabel 1.



Tabel 1. Indikator Ketercapaian Kegiatan

Indikator	Tolak Ukur	Keterangan
Pemahaman pelayanan pelanggan	Peserta mampu menjelaskan pentingnya pelayanan yang ramah dan responsif	Meningkat setelah penyuluhan
Kesadaran mempertahankan pelanggan	Peserta memahami pentingnya loyalitas pelanggan	Terjadi perubahan pola pikir
Motivasi pengembangan usaha	Adanya keinginan membuka atau mengembangkan usaha	Sebagian peserta mulai merencanakan
Partisipasi kegiatan	Jumlah pertanyaan dan keterlibatan dalam diskusi	Peserta aktif dan antusias
Sikap terhadap pelanggan	Perubahan cara pandang terhadap pelanggan	Mulai lebih menghargai pelanggan

Sumber: Peneliti (2026)

PEMBAHASAN

Temuan kegiatan ini menunjukkan bahwa penyuluhan yang diberikan mampu meningkatkan pemahaman pedagang mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam kegiatan usaha di pasar tradisional. Hal ini sejalan dengan teori SERVQUAL yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima aspek, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* (Parasuraman et al., 1988). Dalam konteks pasar tradisional, aspek tersebut dapat terlihat melalui kemampuan pedagang memberikan pelayanan yang dapat dipercaya, merespons kebutuhan pelanggan, menunjukkan sikap meyakinkan, memberikan perhatian kepada pelanggan, serta menjaga tampilan tempat dan proses pelayanan.

Peningkatan pemahaman peserta mengenai sikap ramah, komunikasi yang baik, dan kemampuan menangani keluhan pelanggan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya dimensi *responsiveness* dan *empathy* dalam pelayanan. Sikap cepat tanggap terhadap kebutuhan pelanggan dan kemampuan memahami keluhan pelanggan menjadi bagian penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari et al. (2019), yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di pasar tradisional.



Selain itu, kesadaran peserta bahwa pelanggan tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga kenyamanan dan cara pelayanan, menunjukkan adanya perubahan cara pandang terhadap usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian Najib dan Sosianika (2018), yang menjelaskan bahwa kualitas layanan ritel dalam konteks pasar tradisional Indonesia perlu dipahami secara lebih luas, tidak hanya dari sisi transaksi jual beli, tetapi juga dari hubungan sosial antara pedagang dan pelanggan.

Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan pedagang dapat membantu proses pemberdayaan. Materi yang diberikan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dikaitkan dengan pengalaman nyata pedagang dalam menghadapi pelanggan. Hal ini sejalan dengan Ningrum (2017), yang menunjukkan bahwa kegiatan pemberdayaan pedagang pasar tradisional perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pedagang agar dapat memberikan manfaat yang lebih nyata.

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa perubahan pola pikir tidak dapat terjadi secara instan. Sebagian peserta masih memiliki keraguan dalam mengembangkan usaha karena keterbatasan modal, tenaga kerja, dan kondisi sosial pasar. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian seperti ini perlu dilanjutkan melalui pendampingan berkelanjutan, pelatihan lanjutan, dan penguatan komunitas pedagang agar perubahan yang telah muncul dapat berkembang secara lebih optimal.

Kegiatan ini memiliki keunggulan dalam membuka wawasan pedagang secara langsung melalui pendekatan yang kontekstual dan partisipatif. Namun, kelemahan kegiatan terletak pada keterbatasan waktu pelaksanaan dan adanya faktor eksternal di lingkungan pasar yang sulit dikendalikan, seperti persaingan tidak sehat dan tekanan sosial. Tingkat kesulitan kegiatan tergolong sedang karena materi harus disesuaikan dengan latar belakang, pengalaman, dan kondisi usaha peserta yang beragam.

Dokumentasi kegiatan yang dilampirkan dalam artikel ini memperlihatkan proses penyuluhan, interaksi antara tim pelaksana dan peserta, serta suasana diskusi yang berlangsung aktif. Dokumentasi tersebut menjadi bukti bahwa kegiatan pengabdian telah dilaksanakan secara nyata dan relevan dengan permasalahan yang dihadapi masyarakat sasaran.



Gambar 1. Kegiatan pengabdian masyarakat penyuluhan strategi pengembangan pasar tradisional

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan kesadaran pengembangan usaha pada pedagang pasar tradisional tidak hanya bergantung pada pengetahuan teknis, tetapi juga pada perubahan pola pikir dan pengalaman belajar yang kontekstual dengan realitas lapangan. Pendekatan partisipatif yang digunakan terbukti mampu membuka wawasan pedagang, mendorong refleksi atas praktik usaha yang selama ini dijalankan, serta menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan sebagai kunci keberlanjutan usaha. Keunggulan kegiatan ini terletak pada metode yang sederhana, aplikatif, dan mudah dipahami oleh masyarakat, serta keterlibatan aktif peserta yang memperkaya proses pembelajaran. Namun demikian, kegiatan ini masih menghadapi keterbatasan, seperti waktu pelaksanaan yang singkat dan adanya tantangan struktural di lingkungan pasar, termasuk persaingan tidak sehat dan kondisi sosial yang kompleks. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan kegiatan yang berkelanjutan melalui pendampingan lanjutan dan kolaborasi multipihak agar dampak yang dihasilkan lebih optimal. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan nilai tambah baik secara akademik sebagai bentuk implementasi ilmu dalam konteks nyata, maupun secara sosial dalam mendukung pemberdayaan dan peningkatan kesejahteraan pedagang pasar tradisional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, khususnya kepada pengelola Warung Barokah Cabe Ijo Sunggal yang telah menyediakan tempat kegiatan, serta para pedagang pasar tradisional yang telah berpartisipasi aktif sebagai peserta. Apresiasi juga disampaikan kepada 15 mahasiswa yang terlibat sebagai tim pendamping atas kontribusi dan dedikasinya dalam membantu



kelancaran kegiatan. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan moril maupun material, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, G., Widiantera, B., Made, I., Wirya, S., Wahyoedi, I., & Putranto, D. (2023). Traditional market development strategy as a shopping tourism attraction in West Lombok Regency, West Nusa Tenggara: Case study of Tenten Golong traditional market. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*. <https://doi.org/10.37484/jmph.070212>
- Ardhiansyah, N. N., & Mahendarto, T. (2020). Revitalizing and reimagining the Indonesian traditional market (Case study: Salaman traditional market Indonesia). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 436(1), 012010. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/436/1/012010>
- Astono, A. D., Firdaus, F., Nurhayati, N., Wulandari, N. A., & Felda, E. (2024). Pengembangan potensi pasar tradisional BUMDes Ngareanak Kecamatan Singorojo Kabupaten Kendal. *Jurnal Abdimas UM Jambi*, 1(2), 162–170.
- Darr, D., Hoffmann, V., & Helmle, S. (2014). Extension services for rural development. In *Rural development*. https://doi.org/10.1007/978-3-642-41404-6_8
- Fabregas, R. (2022). Digital agricultural extension for development. In *Agricultural extension in transition* (pp. 187–219). https://doi.org/10.1007/978-3-030-86065-3_8
- Hakim, E. A., & Kristiyanto, S. (2020). Menguak eksistensi pasar tradisional dengan keberadaan pasar modern di Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo. *Economie*. <https://doi.org/10.30742/economie.v2i1.1154>
- Irianto, B. (2013). Traditional versus modern markets in Indonesia: A case study for horticultural produce marketing in Kota Batu traditional market, East Java Province. *Acta Horticulturae*, 1006, 165–170. <https://doi.org/10.17660/ACTAHORTIC.2013.1006.19>
- Janov, V. V. (2015). Development of a local regional service market in the context of transformational economics. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6, 619. <https://doi.org/10.5901/MJSS.2015.V6N3S2P619>
- Najib, M. F., & Sosianika, A. (2018). Retail service quality scale in the context of Indonesian traditional market. *International Journal of Business and Globalisation*, 21(1), 19–31. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2018.094093>
- Ningrum, M. D. (2017). Pemberdayaan pedagang pasar tradisional dalam pondok komunitas belajar di SKB Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Purwanto, H., Sidanti, H., & Kadi, D. C. A. (n.d.). Traditional market transformation into digital market (Indonesian traditional market research library). *International Journal of Science, Technology & Management*. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i6.384>



- Sanjaya, H. (2025). Strategi pengelolaan pasar tradisional sebagai upaya peningkatan pendapatan pedagang pada pasar sayur Kecamatan Sambas. *Jurnal RAMBU: Research of Accounting, Management, & Business*, 2(1), 36–46.
- Saputra, P., Atmojo, M. E., & Pratiwi, V. P. (2021). Kebijakan pemerintah daerah dalam pemberdayaan pasar tradisional di Kabupaten Sleman tahun 2018. *Jurnal Pemerintahan dan Kebijakan*, 6(3). <https://doi.org/10.36982/JPG.V6I3.1775>
- Sari, B., Rufial, R., Effendi, J., Wanialisa, M., Alam, I. K., & Sarpan, S. (2025). Penyuluhan lingkungan pasar kondusif untuk mendukung pasar sebagai pilar ekonomi kerakyatan kepada pedagang pasar tradisional Wisma Asri Teluk Pucung Bekasi Utara. *IKRA-ITH Abdimas*, 9(1), 143–152.
- Sari, N. N., Utami, S., & Bambang, R. N. (2019). Service quality and customer satisfaction toward customer loyalty in traditional markets. *JIMEK: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.30737/jimek.v2i1.413>
- Sheleg, N., & Romanovich, S. (2024). Improving methodological support for balanced development of the regional market for consumer goods. <https://doi.org/10.31857/s0207367624020095>
- Singh, K. M., & Swanson, B. E. (2006). Developing market-driven extension system in India. *Social Science Research Network*. <https://doi.org/10.2139/SSRN.2048175>
- Tanuwidjaja, G., & Wirawan, Y. R. (2015). Creative–sustainable traditional market design in Malang.
- Tipologi baru pasar tradisional Serpong. (2022). *Jurnal STUPA*, 4(1), 371. <https://doi.org/10.24912/stupa.v4i1.16924>
- Wibawa, S., Firdaus, R. S. M., Indroyono, P., Dumairy, D., & Savitri, L. A. (2024). Preserving traditional market in Indonesia based on the new public governance perspective. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.4018/ijabim.349223>
- Widyastiti, S. A., Alsyifa, E. T., Sayekti, R., & Pambuko, Z. B. (2022). The marketing strategy and benefits analysis of Papringan market in Indonesia: A narrative review of literature. *Urecol Journal Part H Social Art and Humanities*, 2(2), 44–48. <https://doi.org/10.53017/ujsah.169>
- Yulianti, D., Musthofa, M. A., & Yatima, K. (2021). Analisis peran pasar tradisional terhadap peningkatan ekonomi masyarakat Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 65–76. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.703>
- Yunita, M., Elyani, E., Fatmasari, A., Tanjung, O. M., & Lubis, H. (2025). Penyuluhan strategi peningkatan penjualan bagi pedagang pasar Sukaramai Medan. *ABDIMASKU Jurnal Pengabdian Masyarakat UTND*, 4(1), 12–21.