**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PEDAGANG (Studi Kasus di Pasar Kliwon Karanglewas, Banyumas, Jawa Tengah)**

**Ummu Sholihah**

NIM. 1123203036

Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto

**ABSTRAK**

Pasar tradisional adalah salah satu titik tumpu perekonomian masyarakat. Sedangkan pasar tradisional identik dengan kumuh, bau, kotor dan sebagainya. Perlunya strategi pengembangan pasar tradisional agar pasar tradisional tetap menjadi pilihan pembeli untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari. Pengembangan Pasar memang tidaklah mudah, revitalisasi pasar memakan biaya yang tinggi. Pasar yang ingin berkembang dengan bantuan pemerintah melalui kebijakan revitalisasi pasar hendaknya tidak hanya sekedar menghasilkan kemajuan yang nampak dari segi fisik yang nyaman saja. Akan tetapi harus memperhatikan tujuan dan sasaran yang akan dicapai dengan konsistensinya pada segi respon petugas pasar, monitoring serta evaluasi program. Dengan demikian dapat tercapai tujuannya dengan efektif dan memuaskan. Dalam teori Parasuraman tentang dimensi kepuasan pelayanan dan jasa terdapat empat variabel dimensi kepuasan pelayanan dan jasa diantaranta daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*) dan kemampuan fisik (*tangible*) untuk mengukur sebuah kepuasan yang dialami seseorang.

Jenis penelitian dalam penulisan penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengadakan pengamatan tentang suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Sedangkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatankualitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di Pasar Kliwon Karanglewas Banyumas. Hasilpenelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar Kliwon Karanglewas Banyumas dalam meningkatkan kepuasan pedagang dilakukan denganmemahami aspek-aspek yang terdapat pasca revitalisasi dilaksanakan. Aspek tersebut meliputi aspek fisik, aspek ekonomi, dan aspek sosial. Dari ketiga aspek tersebut para pedagang merasa belum puas, karena sistem penindak lanjutan keluhan dan saran yang lambat, sarana dan prasarana yang belum optimal dan kesejahteraan pedagang dalam hal pendapatan tidak maksimal (menurun).

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Pasar Tradisional, dan Kepuasan Pedagang.