

## **Eksistensi Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung Di Tengah Ekspansi Minimarket**

**Ahmad Mangsur<sup>1</sup>, Mohammad Agung Ridlo<sup>2</sup>**

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Sultan Agung, Indonesia<sup>1,2</sup>

Corresponding Author: [ahmadmangsur9@gmail.com](mailto:ahmadmangsur9@gmail.com)

---

### **Info Artikel**

**Submitted:** 30 Mei 2026

**Revised :** 10 Juni 2026

**Accepted:** 18 Juni 2026

**Published:** 23 Juni 2026

**Keywords:** traditional markets, minimarkets, existence, expansion, business competition, revitalization

**Kata Kunci:** pasar tradisional, minimarket, eksistensi, ekspansi, persaingan usaha, revitalisasi

---

### **Abstract**

*The Kliwon Rejo Amertani Traditional Market in temanggung, as one of the economic and cultural icons of Temanggung Regency, is currently facing serious challenges due to the increasingly massive expansion of minimarkets around the market. The Kliwon Rejo Amertani Traditional Market is quite well-known, especially within the Temanggung Regency area. However, over time, the market has experienced a decline in its presence, with vendor turnover and visitor numbers declining, particularly among the younger generation, who are more loyal to modern markets. The research question is how the Kliwon Rejo Amertani Traditional Market operates amidst the expansion of minimarkets. The aim of this study is to examine the impact of the Kliwon Rejo Amertani Traditional Market on the market amidst the expansion of minimarkets. This research used a qualitative approach with a descriptive case study method. This study successfully revealed that the existence of traditional markets amidst the expansion of minimarkets is multidimensional and complex, based on interviews with Kliwon Market traders including economic aspects with a decrease in visitors and trader turnover of 25-30%. Factors causing people to switch to minimarkets, especially physical comfort, location and time accessibility, attractive promotions, and suitability with a modern lifestyle that is fast and efficient, the younger generation is the segment most affected with a strong preference for minimarkets. Consumers show a hybrid shopping pattern indicating that both retail formats can be complementary. As well as the need for revitalization of traditional markets to increase existence by involving all stakeholders: traders as the main actors, market managers as facilitators, local governments as regulators and resource providers, and the community as responsible consumers.*

---

### **Abstrak**

*Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung sebagai salah satu ikon ekonomi dan budaya Kabupaten Temanggung yang saat ini menghadapi tantangan serius akibat ekspansi minimarket yang semakin masif di sekitar lokasi pasar. Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung cukup terkenal khususnya di wilayah Kabupaten Temanggung. Namun seiring berjalannya waktu Pasar Kliwon Rejo mengalami penurunan eksistensi, penurunan omset pedagang, dan jumlah pengunjung terutama pada generasi muda yang lebih loyal terhadap pasar modern. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana Eksistensi Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung Di Tengah Ekspansi Minimarket. Dengan tujuan mengkaji bagaimana Eksistensi Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung Di Tengah Ekspansi Minimarket. Penelitian ini*

menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif. Penelitian ini berhasil mengungkap bahwa eksistensi pasar tradisional ditengah ekspansi minimarket bersifat multidimensional dan kompleks, berdasarkan wawancara dengan para pedagang Pasar Kliwon meliputi aspek ekonomi dengan penurunan pengunjung dan omzet pedagang sebesar 25-30%. Faktor penyebab masyarakat beralih ke minimarket, terutama kenyamanan fisik, aksesibilitas lokasi dan waktu, promosi yang menarik, serta kesesuaian dengan gaya hidup modern yang serba cepat dan efisien, generasi muda menjadi segmen yang paling terpengaruh dengan preferensi kuat terhadap minimarket. Konsumen menunjukkan pola belanja hybrid yang mengindikasikan bahwa kedua format ritel dapat bersifat komplementer. Serta perlunya revitalisasi pasar tradisional untuk meningkatkan eksistensi dengan melibatkan semua stakeholder: pedagang sebagai pelaku utama, pengelola pasar sebagai fasilitator, pemerintah daerah sebagai regulator dan penyedia sumber daya, serta masyarakat sebagai konsumen yang bertanggung jawab.



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).*

*Publisher : Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara*

## PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan salah satu pilar utama perekonomian kerakyatan di Indonesia yang telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat (Bolaang and Utara 2022). Namun demikian, eksistensi pasar tradisional saat ini menghadapi tantangan serius akibat perkembangan pasar modern yang semakin masif di berbagai wilayah Indonesia (Publising 2023). Kondisi ini tercermin nyata pada Pasar Kliwon Rejo Amertani Temanggung dimana pedagang melaporkan penurunan omzet secara konsisten dari tahun ke tahun. Fenomena ini sejalan dengan pameo Jawa "*Yen pasar wes ilang kumandange*" yang secara harfiah bermakna jika pasar sudah mulai sepi pengunjung dan kehilangan kejayaannya (Mulyana, Wulandari, and Liani 2024).

Kehadiran minimarket modern seperti Indomaret dan Alfamart di sekitar pasar tradisional telah mengubah pola perilaku belanja masyarakat. Minimarket menawarkan kenyamanan berbelanja dengan sistem *self-service*, lokasi strategis dekat pemukiman, jam operasional yang lebih panjang, serta fasilitas promosi seperti diskon dan program loyalitas pelanggan (Santoso et al. 2022). Kondisi ini menciptakan persaingan yang tidak berimbang antara pasar tradisional dengan minimarket, dimana pasar tradisional harus berjuang keras mempertahankan eksistensinya di tengah keterbatasan infrastruktur dan manajemen yang dimilikinya. Pergeseran preferensi konsumen ini juga didorong oleh faktor *e-commerce* dan digitalisasi perdagangan yang semakin

menggerus basis pelanggan pasar tradisional (Pendapatan and Tradisional 2023). Permasalahan di Pasar Kliwon Rejo Amertani Temanggung semakin kompleks dengan adanya persaingan internal antara pedagang di dalam gedung pasar dengan pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan di luar area pasar resmi serta keberadaan Pasar Pagi.

Komitmen Pemerintah Kabupaten Temanggung yang aktif melakukan upaya revitalisasi pasar tradisional melalui berbagai program seperti "*Njo Nang Pasar*" yang mewajibkan Aparatur Sipil Negara (ASN) berbelanja secara rutin di pasar tradisional minimal dua minggu sekali. Ritual *wilujengan* Pasar Kliwon yang digelar secara rutin menunjukkan bahwa pasar ini bukan hanya berfungsi sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang sosial budaya yang memiliki makna spiritual bagi masyarakat. Prosesi *Umbul Donga Tri Tirta Suci Sendhang Kasih* yang menyatukan air dari tiga mata air (Pasar Kidul, Pasar Lor, dan Pasar Baru) dengan sesanti "*Ati Ayem Rejeki Banyu Mili*" mencerminkan harapan pedagang agar rezeki mengalir lancar dan pasar tetap eksis di tengah tekanan modernisasi.

Urgensi penelitian ini semakin kuat mengingat hasil dari data wawancara dengan para pedagang Pasar Kliwon menunjukkan sekitar delapan puluh enam persen pedagang melaporkan penurunan pendapatan antara dua puluh lima hingga tiga puluh persen sejak menjamurnya minimarket di sekitar Pasar Kliwon. Penurunan ini tidak hanya berdampak pada ekonomi pedagang secara individual, tetapi juga mengancam keberlanjutan ekosistem ekonomi lokal yang melibatkan petani, pemasok, dan berbagai pihak dalam rantai distribusi komoditas.

## **TINJAUAN TEORI**

### **Eksistensi**

Eksistensi adalah tindakan untuk mengambil keputusan secara berani yang diambil oleh manusia untuk menentukan hidupnya kedepan, serta menerima konsekuensi yang sudah diambil manusia. Jadi eksistensi sebagai kemampuan untuk mampu menjaga keberadaan usaha serta meningkatkan pertumbuhan usahanya, selanjutnya mendapat respon dari masyarakat dengan bukti hasil kerja dan performa disuatu lingkungan.

### **Pengertian Pasar**

Hendri ma'ruf mendefinisikan bahwasannya kata pasar memiliki tiga pengertian, diantaranya pasar dalam arti "tempat", yaitu tempat untuk bertemunya para penjual dengan produsen dan pembeli atau konsumen. Pasar dalam arti "interaksi permintaan dan penawaran", yaitu pasar yang

dijadikan sebagai tempat terjadinya jual dan beli suatu barang. Pasar dalam arti “sekelompok anggota masyarakat atau individu yang memiliki kebutuhan dan daya beli”. Pengertian ini merujuk pada dua hal, yaitu kebutuhan dan daya beli. Jadi pasar adalah orang-orang yang menginginkan atau membutuhkan suatu barang atau jasa dan serta mempunyai kemampuan untuk membeli (Hendri Ma’ruf, 2006).

### **Konsep Pasar Tradisional**

Pasar tradisional adalah suatu bentuk pasar yang menawarkan produk-produk lokal dengan harga yang relatif murah, memiliki suasana yang sederhana dan menjadi tempat interaksi sosial bagi penjual dan pembeli untuk bertransaksi langsung, ditandai dengan tawar-menawar harga, menjual kebutuhan harian seperti bahan makanan dan pakaian, serta menjadi wadah penting bagi pedagang kecil dan UMKM, berlokasi dekat pemukiman, dan memiliki nilai sosial budaya yang kuat. Pasar tradisional merupakan institusi ekonomi yang telah mengakar dalam kehidupan masyarakat Indonesia sejak berabad-abad lampau. Sementara itu Mulyadi (2012) memberikan pernyataan bahwa pasar tradisional adalah sebuah cerminan dari keberadaan suatu kehidupan sosial di dalam satu wilayah.

### **Konsep Pasar Modern (Minimarket)**

Minimarket secara kata merupakan gabungan dari kata, “mini” dan “market”. Mini berarti “kecil” dan market “pasar”. Jadi minimarket adalah sebuah pasar kecil yang menjual barang-barang bervariasi dan lengkap seperti di dalam pasar. Minimarket adalah suatu bentuk pasar yang menawarkan berbagai macam produk dengan harga yang kompetitif, memiliki fasilitas yang memadai dan menawarkan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi konsumen, harga tetap, dan tata ruang nyaman, bersih, serta ber-AC. Pasar modern merupakan evolusi dari sistem perdagangan tradisional yang mengadopsi prinsip-prinsip manajemen ritel kontemporer dengan pemanfaatan teknologi dan sistem operasional yang lebih canggih dan efisien. Menurut Hendri ma’ruf, pengertian minimarket adalah suatu toko yang mengisi kebutuhan seluruh masyarakat akan warung yang berformat modern dan dekat dengan pemukiman penduduk padat (Hendri Ma’ruf).

### **Karakteristik Konsumen Pasar Tradisional**

Pasar tradisional sangat penting sebagai ruang publik tempat bertemunya berbagai lapisan masyarakat untuk berinteraksi, bertukar informasi dan gosip komunitas, membangun dan mempertahankan jaringan sosial, serta memperkuat identitas dan kohesi komunitas lokal. Sistem jual beli di pasar tradisional masih mengandalkan interaksi langsung antara pedagang dan pembeli

dengan proses tawar-menawar, sistem display yang lebih sederhana dengan produk diletakkan di meja atau lantai, tidak ada pengelompokan yang sistematis, pencahayaan seringkali kurang memadai terutama untuk kios di bagian dalam, serta tidak ada strategi *merchandising* yang terencana untuk memaksimalkan penjualan (Mulyana et al. 2024). Berdasarkan usia, generasi tua atau *baby boomers* dan generasi X yang berusia di atas 40 tahun cenderung lebih loyal terhadap pasar tradisional karena sudah terbiasa dengan cara bernegosiasi harga untuk mendapatkan diskon atau harga khusus dari pedagang setia mereka dalam pembelian barang dengan jumlah besar, atau pada waktu menjelang tutup untuk mengurangi sisa barang yang tidak terjual. Pasar tradisional unggul dalam menyediakan produk segar seperti sayur-mayur, buah-buahan, daging, ikan, dan hasil pertanian lainnya. umumnya lebih kompetitif karena tidak melalui banyak perantara, sehingga margin keuntungan pedagang dapat lebih rendah namun tetap menguntungkan bagi konsumen yang sensitif terhadap harga (K 2024).

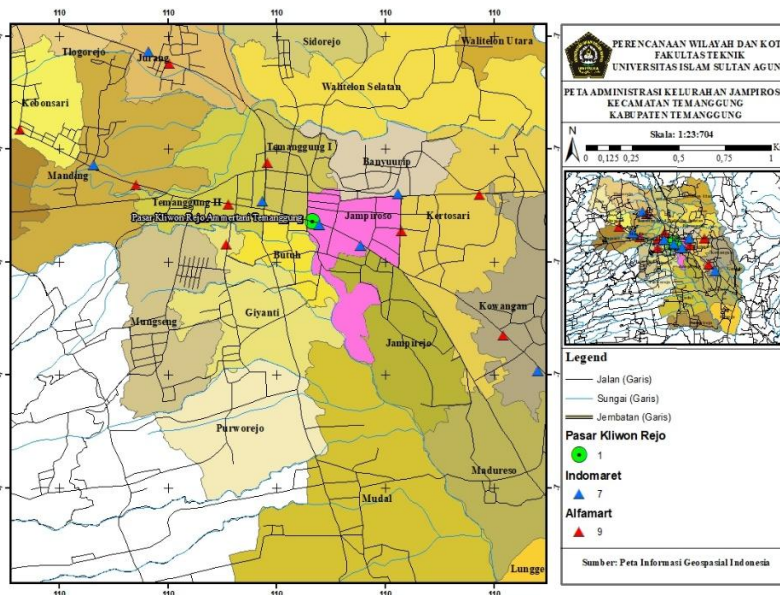
### **Karakteristik Konsumen Pasar Modern (Minimarket)**

Karakteristik pasar modern meliputi tempat belanja yang nyaman, teratur, dan efisien dengan harga tetap, tersedia berbagai kebutuhan harian dengan lokasi strategis dekat pemukiman. Pasar modern memiliki bangunan yang dirancang khusus dengan standar konstruksi yang baik, lantai yang bersih dan rata memudahkan pergerakan konsumen, dinding yang dicat rapi, serta sistem ventilasi dan pendingin ruangan yang menciptakan suasana sejuk dan nyaman. Minimarket menerapkan sistem *fixed price* dimana harga sudah ditetapkan secara terpusat oleh manajemen dan transparansi yang dihargai konsumen modern namun menghilangkan fleksibilitas dan interaksi personal yang menjadi keunggulan pasar tradisional (Santoso et al. 2022). Untuk produk segar seperti sayur, buah, dan daging, minimarket memiliki harga lebih tinggi sekitar 10-20 persen dibanding pasar tradisional karena melalui rantai distribusi seperti biaya packaging serta branding yang harus ditanggung. Namun produk kemasan terutama yang sedang promosi, minimarket kadang menawarkan harga lebih kompetitif atau bahkan lebih murah dari pasar tradisional dengan berbagai metode pembayaran meliputi tunai, kartu debit/kredit, e-wallet seperti GoPay, OVO, Dana, serta berbagai platform pembayaran digital lainnya yang memudahkan konsumen dengan gaya hidup *cashless* di era digital saat ini (Pendapatan and Tradisional 2023).

## METODOLOGI PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup wilayah penelitian ini adalah Pasar Kliwon Rejo Amertani Temanggung yang terletak di Kecamatan Temanggung, Kabupaten Temanggung. Dengan Area Kajian Meliputi tiga bagian utama pasar yaitu Pasar Kidul, Pasar Lor, dan Pasar Baru yang menjadi bagian integral dari Pasar Kliwon



### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus deskriptif. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian untuk menggali secara mendalam persepsi konsumen terhadap eksistensi pasar tradisional di tengah ekspansi minimarket. Dengan menggunakan wawancara mendalam maka peneliti dapat melakukan eksplorasi terhadap obyek yaitu konsumen pasar, pedagang pasar dan pengelola pasar serta Dinas terkait.

Pendekatan kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, dan mengandung makna. Maka nantinya akan dijelaskan dan memperdalam mengenai strategis bagi berbagai pihak terkait (pedagang, pengelola pasar, pemerintah daerah) untuk meningkatkan daya saing Pasar Kliwon Rejo Amertani Temanggung dalam menghadapi persaingan dengan minimarket.

### Jenis Data

Jenis data yang dipakai berupa dokumen, keterangan lisan maupun tulisan, pemikiran dan lain-lain.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara mendalam kepada pengelola pasar, konsumen dan pedagang di pasar tradisional. Observasi langsung terhadap kondisi fisik pasar, aktivitas perdagangan, pola interaksi pedagang-pembeli, dan dinamika persaingan dengan minimarket serta dokumentasi.

## **Metode Analisis**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus (*case study*) pada Pasar Kliwon Rejo Amertani Temanggung.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Pembahasan**

Eksistensi pasar tradisional terhadap ekspansi minimarket bersifat multidimensional. Penurunan jumlah pengunjung tidak hanya disebabkan oleh satu faktor tunggal, tetapi merupakan akumulasi dari berbagai kelemahan operasional pasar tradisional (infrastruktur, sistem pelayanan, jam operasional) yang membuat konsumen beralih ke minimarket yang menawarkan kenyamanan superior. Penurunan omzet pedagang sebesar 25-30 persen berkorelasi langsung dengan kelemahan infrastruktur pasar yang tidak nyaman. Konsumen, terutama generasi muda dan kelas menengah, lebih memilih berbelanja di minimarket yang menawarkan ruangan ber-AC, lantai bersih, pencahayaan memadai, dan sistem pelayanan modern. Dimensi sosial dalam penelitian ini menunjukkan temuan penting bahwa pasar tradisional bukan sekadar tempat transaksi ekonomi, tetapi juga merupakan ruang interaksi sosial yang memfasilitasi pertemuan berbagai lapisan masyarakat, pertukaran informasi, dan penguatan kohesi komunitas. Penelitian ini menemukan bahwa generasi milenial dan generasi Z memiliki preferensi kuat terhadap minimarket karena kesesuaian dengan gaya hidup mereka yang menghargai efisiensi, kenyamanan, dan kepraktisan.

### **Kesadaran Tinggi tentang Multidimensional**

Konsumen memiliki kesadaran yang tinggi tentang ekspansi minimarket terhadap pasar tradisional dalam berbagai aspek. Mereka mengamati dengan jelas penurunan jumlah pengunjung, penurunan omzet pedagang, perubahan pola belanja masyarakat, serta dampak terhadap ekosistem ekonomi lokal yang lebih luas. Persepsi ini bersifat faktual berdasarkan pengamatan langsung mereka selama bertahun-tahun, bukan sekadar asumsi atau opini yang tidak berdasar.

### **Kerugian Sosial Budaya yang Tidak Ternilai**

Dampak sosial yang terjadi dipersepsikan sebagai dampak yang sangat serius, terutama oleh konsumen generasi tua yang menghargai aspek interaksi personal dan tradisi berbelanja. Hilangnya intensitas interaksi sosial, pudarnya tradisi tawar-menawar, dan berkurangnya fungsi pasar sebagai ruang komunal dianggap sebagai kerugian budaya yang tidak ternilai, meskipun sulit dikuantifikasi secara ekonomi.

### **Kesenjangan Operasional sebagai Faktor Kunci Perpindahan**

Perbedaan operasional antara pasar tradisional dan minimarket dalam hal kenyamanan fisik, sistem pelayanan, dan jam operasional menjadi faktor utama yang mendorong perpindahan konsumen. Meskipun pasar tradisional memiliki keunggulan dalam kesegaran produk dan harga yang dapat ditawarkan, keunggulan ini tidak cukup mengkompensasi kelemahan operasional yang signifikan, terutama bagi konsumen generasi muda dan kelas menengah yang mengutamakan kenyamanan.

### **Multidimensionalitas Faktor Perpindahan Konsumen**

Faktor-faktor yang menyebabkan masyarakat beralih ke minimarket bersifat multidimensional, meliputi kenyamanan fisik, aksesibilitas lokasi dan waktu, strategi promosi, kepastian harga, serta kesesuaian dengan gaya hidup modern yang serba cepat.

### **Pola Belanja Hybrid dan Potensi Komplementaritas**

Konsumen menunjukkan pola belanja *hybrid* dimana mereka berbelanja produk segar di pasar tradisional namun membeli produk kemasan dan kebutuhan praktis di minimarket. Pola ini menunjukkan bahwa kedua format ritel sebenarnya dapat bersifat komplementer, bukan sepenuhnya substitusi, jika pasar tradisional dapat memfokuskan diri pada keunggulan distinktifnya.

### **Heterogenitas Persepsi dan Kebutuhan Segmentasi**

Generasi tua lebih apresiatif terhadap nilai sosial budaya pasar tradisional dan lebih toleran terhadap kelemahan operasionalnya, sementara generasi muda lebih memprioritaskan kenyamanan dan efisiensi dengan standar yang lebih tinggi. Implikasi praktis dari temuan ini adalah bahwa pasar tradisional perlu mengembangkan strategi diferensiasi untuk segmen yang berbeda. Untuk segmen generasi tua yang sudah loyal, fokusnya adalah mempertahankan keunggulan yang sudah dihargai (kesegaran produk, interaksi personal) sambil melakukan perbaikan operasional secara bertahap. Untuk menarik generasi muda, diperlukan strategi yang lebih agresif dengan transformasi pengalaman berbelanja yang signifikan, adopsi teknologi, dan kampanye komunikasi yang menarik.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya mengenai Eksistensi Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung Di Tengah Ekspansi Minimarket, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung sebagai salah satu ikon ekonomi dan budaya Kabupaten Temanggung menghadapi tantangan serius akibat ekspansi minimarket yang semakin masif di sekitar lokasi pasar. Penelitian ini berhasil mengungkap bahwa Eksistensi Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung Di Tengah Ekspansi Minimarket bersifat multidimensional dan kompleks, meliputi aspek ekonomi dengan penurunan pengunjung dan omzet pedagang sebesar 25-30 persen, aspek sosial dengan mudarnya interaksi personal dan tradisi berbelanja, serta aspek operasional dengan kesenjangan signifikan dalam hal kenyamanan fisik dan sistem pelayanan. Konsumen menunjukkan kesadaran yang tinggi tentang hal tersebut dan mengidentifikasi berbagai faktor yang menyebabkan masyarakat beralih ke minimarket, terutama kenyamanan fisik, aksesibilitas lokasi dan waktu, promosi yang menarik, serta kesesuaian dengan gaya hidup modern yang serba cepat dan efisien. Generasi muda menjadi segmen yang paling terpengaruh dengan preferensi kuat terhadap minimarket, menciptakan ancaman serius terhadap keberlanjutan pasar tradisional dalam jangka panjang. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa pasar tradisional masih memiliki keunggulan kompetitif yang tidak dapat ditandingi minimarket, yaitu kesegaran produk, kemampuan tawar-menawar, dan interaksi personal yang kuat dengan pedagang. Konsumen menunjukkan pola belanja *hybrid* yang mengindikasikan bahwa kedua format ritel dapat bersifat komplementer jika pasar tradisional mampu memfokuskan diri pada keunggulan distinktifnya sambil memperbaiki kelemahan operasional yang signifikan. Revitalisasi pasar tradisional menjadi sangat mendesak dan harus dilakukan secara komprehensif dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan semua *stakeholder*: pedagang sebagai pelaku utama, pengelola pasar sebagai fasilitator, pemerintah daerah sebagai regulator dan penyedia sumber daya, serta masyarakat sebagai konsumen yang bertanggung jawab. Intervensi harus mencakup perbaikan infrastruktur fisik, transformasi sistem operasional, peningkatan kapasitas manajerial pedagang, penegakan regulasi minimarket yang

lebih ketat, serta kampanye publik untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya mendukung ekonomi lokal dan melestarikan warisan budaya.

### **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti dapat memberikan saran kepada pedagang dan pengelola Pasar Traditional Kliwon Rejo Amertani Temanggung yaitu:

1. Pedagang perlu meningkatkan kualitas layanan personal yang menjadi keunggulan kompetitif pasar tradisional sambil mengadopsi teknologi untuk memenuhi ekspektasi konsumen modern. Pedagang disarankan untuk:
  - a). Menerima berbagai metode pembayaran digital seperti transfer bank, *e-wallet* (GoPay, OVO, DANA, ShopeePay), dan QRIS untuk memudahkan konsumen yang sudah terbiasa dengan transaksi *cashless*.
  - b). Memanfaatkan platform media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Business) untuk mempromosikan produk, mengumumkan ketersediaan barang segar, memberikan informasi harga, dan membangun komunikasi dengan pelanggan.
  - c). Memanfaatkan platform media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Business) untuk mempromosikan produk, mengumumkan ketersediaan barang segar, memberikan informasi harga, dan membangun komunikasi dengan pelanggan.
  - d). Menjaga dan meningkatkan standar kebersihan area jualan, *display* produk yang lebih rapi dan menarik, serta kebersihan personal dalam melayani pelanggan.
  - e). Memastikan pasokan produk segar setiap hari dengan kualitas terbaik, terutama untuk sayur-mayur, buah, daging, dan ikan yang menjadi daya tarik utama konsumen ke pasar tradisional.
  - f). Memperkuat peran paguyuban pedagang sebagai wadah komunikasi, koordinasi, dan advokasi kolektif terhadap pengelola pasar dan pemerintah daerah.
2. Pengelola pasar perlu memprioritaskan beberapa aspek supaya pasar tradisional tetap eksis dalam menghadapi pasar modern. Aspek tersebut meliputi:
  - a. Perbaiki sistem ventilasi dan pencahayaan, perbaiki lantai dan drainase, peningkatan fasilitas sanitasi, penataan area parkir, pengembangan sistem operasional modern.
  - b. Memasang papan petunjuk atau *signage* yang jelas di berbagai lokasi untuk memudahkan pengunjung, menerapkan jadwal pembersihan yang ketat dengan tim kebersihan yang

cukup, meningkatkan sistem keamanan dengan petugas keamanan yang memadai, CCTV di titik-titik strategis, dan sistem pencahayaan yang baik pada malam hari untuk area parkir dan sekitar pasar dan mengembangkan sistem administrasi digital untuk pengelolaan retribusi, pendataan pedagang, dan pelaporan yang lebih efisien dan transparan.

- c. Menegakkan aturan bahwa pedagang pasar pagi harus selesai berjualan pada pukul 07 dan menyediakan area khusus yang tertata untuk pedagang kaki lima dengan retribusi yang wajar agar mereka tidak berjualan sembarangan di area yang mengganggu pedagang resmi.
- d. Mengembangkan program promosi terstruktur seperti "Hari Belanja Pasar Tradisional" dengan berbagai diskon dan hadiah menarik yang dapat menandingi promosi minimarket, memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan keunggulan pasar tradisional. Dan menyelenggarakan acara-acara menarik seperti festival kuliner, pasar murah, atau acara budaya yang dapat menarik pengunjung dari berbagai kalangan dan menciptakan *buzz* positif tentang pasar.
- e. Memberikan pelatihan manajemen pasar modern, tata kelola yang baik (*good governance*), dan *best practices* dari pasar-pasar tradisional yang berhasil melakukan revitalisasi di kota-kota lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, Istijabatul and Universitas Sebelas Maret. 2014. "PASAR TRADISIONAL DAN MODERN DALAM RANGKA." 22–31.
- Ambarwati, Evi, Tin Agustina K, and Yunus Handoko. 2020. "Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Brand Love Terhadap." 16(1):29–53.
- Amelia, Pipi, Muhammad Agus Hardiansyah, Jurusan Pendidikan Sosiologi, Fakultas Keguruan, Universitas Sultan, and Ageng Tirtayasa. 2022. "Dampak Keberadaan Minimarket Alfamart Bagi Warung Tradisional 1." 13(2):295–301.
- Artikel, Info. 2023. "Journal of Indonesian Social Studies Education." 86–93.
- Ayu, Pande, Naya Kasih, Universitas Warmadewa, Sapta Bayu, and Jurnal Education. 2022. "MEMBANGUN KARAKTER MAHASISWA KEDOKTERAN UNIVERSITAS WARMADEWA MELALUI ' SAPTA BAYU ' SPIRIT." 10(2):1–414.
- Bolaang, Kabupaten and Mongondow Utara. 2022. "3 1,2,3." 22(8):37–48.
- Budiarti, Wiwik, Pasar Tradisional, and Pedagang Pasar Tradisional. n.d. "Develop : Jurnal

- Program Studi Ekonomi Pembangunan , Volume 9 , Nomor 1 , Hal . 21-35 ISSN 2580-1767 ( Online ), ISSN 2581-0774 ( Print ) DAMPAK KEBERADAAN PASAR MODERN TERHADAP PEDAGANG ISSN 2580-1767 ( Online ), ISSN 2581-0774 ( Print ).” 9:21–35.
- Di, Pedagang and Pasar Tradisional. n.d. “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENDAPATAN.” 91–102.
- Di, Tradisional, Era E-commerce Di, Kecamatan Pagelaran, and Universitas Al-qolam Malang. 2025. “Tantangan Dan Peluang Terhadap Keberlanjutan Pasar.” 5(1):1296–1307.
- Fardania, Nadhiroh and Sugeng Pradikto. 2025. “Pengaruh Strategi Pemasaran Dengan Teknik Tradisional Dan Online Terhadap Hasil Penjualan.” 2.
- Fathir, Mirza, Ira Nurachma Saumi, Alya Adawiyah, and Siti Sopiati Kolbi. 2024. “Revitalisasi Tata Ruang Dan Sirkulasi Pasar Rakyat Wanaraja.” 57–67.
- Hardiani, A. Susilawaty. 2022. “KARAKTERISASI PASAR MODERN DAN PASAR TRADISIONAL ( Studi Kasus Di Grand Mall Dan Pasar Sentral Maros ) Characterization of Modern Markets and Traditional Markets ( Case Study In Grandmall and Maros Central Market ).” 1:40–51.
- Isra, Marzuti, Cut Zaara, Nazwa Shafina, Iskandar Muda Nasution, and Dede Fajru. 2025. “Penetapan Harga Jual Dan Peminat Oleh Pedagang Serta Hubungannya Dengan Fluktuasi Permintaan Di Pasar Tradisional MMTC Medan.” 4(April).
- K, Joni Hendra. 2024. “Pengaruh Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Di Era Digital.” 7:16218–23.
- Kalangan, D. I. and Petani Srinthil. 2018. “RESISTENSI ATAS PENGENDALIAN TEMBAKAU.” 5(April).
- Komang, Ni, Devayanti Dewi, Fakultas Hukum, and Universitas Udayana. 2018. “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PASAR TRADISIONAL DI ERA.” 14(112).
- Komara, Beni Dwi, Fakultas Ekonomi, and Universitas Muhammadiyah Gresik. 2024. “INOVASI LAYANAN MELALUI TAKTIK LOYALTY PROGRAM & SELF- SERVICE PADA TOKO RETAIL ‘ ARAFAH ’ SEBAGAI RESPON MEMBESARNYA PASAR EKONOMI BAWAH AKIBAT DAMPAK COVID-19 Pendahuluan Metode.” 02(03):365–73.
- Londa, Very Y. 2021. “ISSN 2338 – 9613 JAP No. 103 Vol. VII 2021.” VII(103):29–37.
- Mahera, Rofiqo Meili, Nanda Suryadi, Pascasarjana Prodi, Ekonomi Syariah, Universitas Islam, Negeri Sultan, and Syarif Kasim. 2025. “Transformasi Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi

- Berbasis Teknologi Digital.” 02(June).
- Management, Distribution. 2025. “Perancangan Sistem Barcode Untuk Optimalisasi Manajemen Produksi Dan Distribusi Produk Pangan Designing a Barcode System to Optimize Food Product Production and Distribution Management.” 14:436–43.
- Manajemen, Jurnal. 2013. “0.05 ].” 13(01).
- Mikraj, A. L., Djoko Hananto, Alifh Nurwahid, Farhan Ikhwal, Lintang Winutan, and Muhammad Riski. 2024. “Strategi Manajemen Operasi Commerce Di Indonesia Dalam Mengoptimalkan Operasi.” 5(1):445–58.
- Mulyana, Sherly, Juliasty Wulandari, and Fenny Liani. 2024. “Pengaruh Pasar Modern Terhadap Keberlangsungan Pasar Tradisional Di Indonesia The Influence of Modern Markets on the Sustainability of Traditional Markets in Indonesia.” 7(12):4689–95.
- Nelwan, Jovan Wiradhana and Farlane S. Rumokoy. 2017. “THE EXISTENCE OF TRADITIONAL MARKET TOWARD MODERN MARKET IN TOMOHON CITY.” 5(3):3348–55.
- Niswah, Zahrotun. 2024. “PELUANG DAN TANTANGAN: EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN DI ERA GLOBALISASI.” 02(02).
- Nurhayati, Siti Fatimah and Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2014. “PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL.” 18:49–56.
- Pada, Studi, Indomaret Dan, Jurusan Manajemen, and Fakultas Ekonomi. 2016. “PENGARUH STRATEGI COMPETITIVE ADVANTAGE TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI BISNIS RITEL.” 3:1–13.
- Pendapatan, Meningkatkan and Pedagang Kecil. 2019. “Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen 823.” IV(1):823–31.
- Pendapatan, Terhadap and Pedagang Tradisional. 2023. “Peguruang: Conference Series.” 5.
- Pesisir, Rumbai and Kota Pekanbaru. 2014. “Dampak Keberadaan.” 11(1):553–62.
- Pramesti, Fadila Claudia, Rima Dewi Febriana, and Imanuella Isworo. 2025. “Analisis Dampak Perkembangan E-Commerce Terhadap Preferensi Minat Konsumen Pada Kelangsungan Usaha Mikro Kecil Menengah ( Umkm ) Pedagang Pakaian Di Pasar Tradisional.” 4(1):1–10.
- Publising, Kampus Akademik. 2023. “ANALISIS PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DALAM.” 1(4):138–48.

- Rahayu, Yenika Sri. 2010. "STRATEGI PEDAGANG PASAR TRADISIONAL MENGHADAPI PERSAINGAN Dengan RETAIL MODERN Dan PREFERENSI KONSUMEN ( Studi Kasus Pada Pasar Legi Kota Blitar )." 1–10.
- Riani, Farida, Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Article Info, Article History, Traditional Market Management, and Customer Satisfaction. 2024. "Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Seketeng Sumbawa Besar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan 12." 83–96.
- Sahedtyo, Endrianto, Nugroho Suhadak, and Agung Dwi Nugroho. 2025. "Analisis Strategi Daya Saing Pasar Tradisional Dan Modern Berdasarkan Minat Pembelian Pengunjung." 3(6):386–92.
- Salsabila, Elsa, Teguh Virgiawan, Rifky Ardiansyah, and Joni Hendra. 2024. "Peran Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Daerah Kecamatan Bengkalis The Role of Traditional Markets in Improving the Economy of the Community in Bengkalis District." 7(12):4682–88.
- Sambuardi, Roli. 2025. "Dampak Kehadiran Minimarket Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Pasar Puan Maimun Di Tanjung Balai Karimun." 5:6976–82.
- Santoso, Sugeng, R. Nurhidajat, Adhadi Praja, Sandi Perdian, and Yayuk Budhi. 2022. "1 , 2 ,," 03(2):11–24.
- Sari, Bida, Joni Effendi, Mery Wanialisa, and Ilham Kudratul Alam. 2025. "Penyuluhan Lingkungan Pasar Kondusif Untuk Mendukung Pasar Sebagai Pilar Ekonomi Kerakyatan Kepada Pedagang Pasar Tradisional Wisma Asri Teluk Pucung Bekasi Utara." 9(1):143–52.
- Sarwoko, Endi. n.d. "Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional Di Wilayah Kabupaten Malang." 97–115.
- Sitorus, Indra Benny and Dian Septiana Sari. 2025. "Analysis Of The Business Development Strategy Of The " Lamhot " Staple Food Stalls In Facing Operational Obstacles And Market Competition In Sunggal District , Deli Serdang Regency Analisis Strategi Pengembangan Usaha Warung Sembako ' Lamhot ' Dalam Menghadapi Kendala Operasional Dan Persaingan Pasar Di Kecamatan Sunggal Kabupaten Deli Serdang." 4(2):437–48.
- Studi, Jurnal and D. A. N. Ekonomi. 2025. "THE INTEGRATION OF ISLAMIC ECONOMIC SOCIOLOGY IN THE DYNAMICS OF TRADITIONAL MARKETS : A CASE." 6(1):44–50.

- Syahbana, Joesron Alie. 2014. "Pasar Tradisional Versus Pasar Modern Di Daerah Perkotaan ( Studi Kasus : Kecamatan Gondokusuman Kota Yogyakarta )." 10(2):205–17.
- Utamanyu, Rani Apsari and Rini Darmastuti. 2022. "BUDAYA BELANJA ONLINE GENERASI Z DAN GENERASI MILENIAL DI JAWA TENGAH ( Studi Kasus Produk Kecantikan Di Online Shop Beauty by ASAME )." 12(1):58–71.
- Widiatmoko, Eling and Ayu Sri. 2018. "The 8 Th University Research Colloquium 2018 Universitas Muhammadiyah Purwokerto ANALISIS DAYA SAING PASAR TRADISIONAL TERHADAP PASAR MODERN DI SUKOHARJO ( ANALYSIS OF THE COMPETITIVENESS OF TRADITIONAL MARKET ON MODERN MARKET IN SUKOHARJO ) The 8 Th University Research Colloquium 2018 Universitas Muhammadiyah Purwokerto." 213–23.
- Yuliani, Nur, Lutfi Hery Rahmawan, Ana Santika, Universitas Islam, and An Nur. 2024. "ANALISIS DAMPAK MINIMARKET RITEL MODERN TERHADAP." 3:122–28.
- Hani Handoko Basu Swasta, Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen) (Yogyakarta: Liberti, 1997), hlm. 120.
- Mustafa Edwin Nasution, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 158.
- Tifani Sasnila Silitonga, Asal Wahyuni Erlin Mulyadi, Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sebelas Maret, (Surakarta, 2021), hlm. 403.
- Selpi Yana Br. Ginting, Keberadaan Mini Market Alfamart Dan Indomaret Kaitannya Dengan Tingkat Penghasilan Pedagang Tradisional Di Wilayah Kecamatan Talang Kelapa Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan, Sekolah Menengah Kejuruan Pencawan School Medan, (Agustus 2018), hlm. 73.
- Yusuf Alam Romadhon, Doctors, Market, Yourselfs atau Atau Praktik Anda Tidak Laku? (Solo: Tiga Serangkai, 2006), h. 78.
- Hendri Ma'ruf, Pemasaran Ritel (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), h. 4.
- Kasmir. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Kotler, Philip. 1996. Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Muyadi. 2012. Model Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Perspektif Kemandirian Daerah Kota Surakarta. STIE AUB. Surakarta.

***Eksistensi Pasar Tradisional Kliwon Rejo Amertani Temanggung Di Tengah Ekspansi Minimarket***  
*Ahmad Mangsur<sup>1</sup>, Mohammad Agung Ridlo<sup>2</sup>*

Adler, Patricia A., & Adler, Peter, *Membership Roles in Field Research*, Newbury Park, CA: Sage Publication, 1987.

Zainal Abidin, *Analisis Ekstensial*, ( Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007). hlm 16

Helen Graham, *The Human Face of Psychology: Humanistic Psychology in its Historical, Social and Cultural Context*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005). hlm 114

Kadeni dan Ninik Srijani, “Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”, dalam *Jurnal Equilibrium*, Volume. 8., No. 2., (2020), h. 192