

Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pedagang Di Sentra Kue Subuh Pasar Senen Jakarta Pusat

Dimas Prayogo¹, Anike Suci Badriawan²

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I, Jakarta Indonesia

Email: prayogodimas28@gmail.com, anikesucibadriawan@gmail.com,

Abstract.

This study aims to analyze the factors influencing trader satisfaction at the Sentra Kue Subuh Pasar Senen, Central Jakarta. Using a qualitative descriptive approach, the research involved nine traders, two market managers, and two visitors as informants. Data collection was conducted through interviews, observations, and documentation. The findings reveal that factors such as physical facilities, management services, security, accessibility, fairness in stall allocation and fees, and economic satisfaction significantly affect trader satisfaction. While traders generally expressed satisfaction, areas needing improvement include cleanliness, air circulation, and parking capacity. This research is expected to serve as input for market management to enhance service quality and trader comfort, and as a reference for further studies on traditional market management.

Keywords: Trader Satisfaction, Market Management, Traditional Market, Service Quality, Qualitative Research

Cronicle of Article: Received (11,08,2025); Revised (15,08,2025); and Published (28,08,2025)

©2025 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I

Profile and corresponding author : Dimas Prayogo adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530, **Corresponding Author:** prayogodimas28@gmail.com, anikesucibadriawan@gmail.com,

How to cite this article : Prayogo D, Badriawan Anike S .“Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pedagang Di Sentra Kue Subuh Pasar Senen Jakarta Pusat” .*Adbispreneur*, 5 (4), pp. 312 - 317 . Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pendahuluan ditulis dalam bentuk paragraf mengalir dan hindari sub-sub di dalam pendahuluan.. Pendahuluan berisi latar belakang masalah, motivasi penelitian, teori, tujuan penelitian Pasar tradisional merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia, terutama sebagai tempat berjalannya aktivitas perdagangan yang melibatkan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Tidak hanya sebagai sarana distribusi barang dan jasa, pasar tradisional juga memiliki peran sosial yang kuat sebagai ruang interaksi antara penjual dan pembeli, serta menjadi bagian dari budaya lokal yang terus bertahan di tengah perkembangan pasar modern. Salah satu pasar yang memiliki daya tarik tersendiri adalah Sentra Kue Subuh Pasar Senen Jakarta Pusat. Pasar ini dikenal luas oleh masyarakat, terutama karena keunikannya yang beroperasi pada malam hingga dini hari. Di sini, pengunjung dapat menemukan beragam jenis kue basah, gorengan, dan makanan tradisional lainnya yang dihidangkan oleh para pedagang dengan harga bervariasi. Aktivitas di pasar ini

menciptakan suasana khas yang menjadi bagian dari daya tariknya, baik bagi pembeli eceran maupun pedagang yang membeli untuk dijual kembali.

Namun demikian, di balik popularitas dan aktivitas ekonomi yang tinggi, masih terdapat sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh pedagang. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, beberapa keluhan yang sering muncul di antaranya adalah jalur untuk pengunjung yang terlalu sempit, kondisi udara di dalam pasar yang pengap karena ventilasi kurang memadai, ukuran lapak yang relatif kecil, serta kebersihan yang kurang terjaga secara konsisten. Permasalahan ini, apabila tidak ditangani dengan baik, berpotensi menurunkan kenyamanan dan kepuasan pedagang dalam menjalankan usahanya. Kepuasan pedagang merupakan salah satu indikator penting dalam keberhasilan pengelolaan pasar tradisional. Pedagang yang merasa puas akan lebih termotivasi untuk bertahan dan mengembangkan usahanya di pasar tersebut. Sebaliknya, ketidakpuasan dapat mendorong pedagang untuk berpindah lokasi atau mengurangi intensitas berdagang, yang pada akhirnya akan berdampak pada dinamika ekonomi pasar secara keseluruhan. Oleh karena itu, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pedagang menjadi langkah strategis bagi pengelola pasar untuk menjaga keberlangsungan pasar.

Tata kelola pasar juga memiliki peran penting dalam membentuk tingkat kepuasan pedagang. Tata kelola yang baik mencakup aspek-aspek seperti pengaturan fasilitas fisik, penetapan biaya sewa yang adil, komunikasi yang efektif antara pengelola dan pedagang, hingga penegakan aturan yang konsisten. Pengelolaan pasar yang responsif dan transparan akan menciptakan rasa aman, nyaman, dan kepercayaan di kalangan pedagang. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tiga fokus utama:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pedagang di Sentra Kue Subuh Pasar Senen Jakarta Pusat.
2. Menganalisis bagaimana tata kelola pasar memengaruhi kepuasan pedagang.
3. Menentukan variabel-variabel prioritas yang sebaiknya dipertahankan, ditingkatkan, atau dikurangi oleh pengelola untuk meningkatkan pelayanan kepada pedagang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai manajemen pasar tradisional dan kepuasan pedagang. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan bagi pengelola Sentra Kue Subuh Pasar Senen untuk meningkatkan kualitas pengelolaan, serta menjadi referensi bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam pengembangan pasar tradisional di Indonesia..

LITERATUR REVIUW

Kajian Pustaka

1. Kepuasan Pedagang

Kepuasan merupakan respon emosional yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan atau pedagang terjadi apabila kinerja yang dirasakan sesuai atau melebihi harapan mereka, sedangkan ketidakpuasan timbul ketika kinerja tersebut berada di bawah harapan. Dalam konteks pasar tradisional, kepuasan pedagang tidak hanya ditentukan oleh tingkat penjualan, tetapi juga oleh kenyamanan, keamanan, fasilitas fisik, serta hubungan dengan pihak pengelola pasar.

Tjiptono (2015) menyatakan bahwa kepuasan akan meningkat apabila fasilitas fisik, kualitas pelayanan, dan pengelolaan pasar mampu memenuhi ekspektasi pedagang. Hal ini mencakup ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, kebersihan lingkungan, pengaturan lapak yang adil, serta komunikasi yang baik antara pedagang dan pengelola.

2. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pasar

Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (1990) mengemukakan model kualitas layanan yang dikenal

dengan dimensi SERVQUAL, yaitu: Tangibles (bukti fisik): kondisi fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan lingkungan, Reliability (keandalan): kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara akurat, Responsiveness (daya tanggap): kesediaan membantu dan memberikan layanan dengan cepat, Assurance (jaminan): pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menimbulkan rasa percaya, Empathy (empati): perhatian yang tulus kepada pelanggan atau pedagang. Grönroos (1990) menambahkan bahwa kualitas layanan di pasar tradisional sangat dipengaruhi oleh interaksi langsung antara pengelola dan pedagang, serta oleh kecepatan penanganan masalah yang terjadi di lapangan.

3. Tata Kelola Pasar

Tata kelola pasar mencakup proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap seluruh aktivitas pasar. Lovelock dan Wirtz (2011) menekankan bahwa tata kelola yang efektif harus mampu menjaga keseimbangan antara kepentingan pedagang, pengelola, dan konsumen. Transparansi, komunikasi yang baik, dan penegakan aturan yang adil menjadi pilar utama tata kelola pasar yang sukses.

Siagian (2012) juga menyoroti pentingnya manajemen sumber daya manusia di pasar, termasuk pengelolaan petugas keamanan, kebersihan, dan fasilitas umum agar tercipta lingkungan yang kondusif bagi kegiatan perdagangan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2019), metode kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna dibandingkan generalisasi.

Metode deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena atau kejadian secara sistematis, faktual, dan akurat. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pedagang di Sentra Kue Subuh Pasar Senen Jakarta Pusat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: (1) Observasi (2) Wawancara Dokumentasi, (3) Analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman (1992) yang terdiri dari tiga langkah yang berlangsung secara bersamaan, yaitu: (1) Reduksi data, (2) Penyajian data, (3) Penarikan kesimpulan.

Tabel III.2 Penentuan Informan

No	Nama	Jabatan
1	Bapak Koh Liang	Owner
2	Bapak Engky Winarno	Pengelola Pasar
3	Yunus Sidarto	Pedagang
4	Ibu Mimin	Pedagang
5	Mas Aldyanto Prabowo	Pedagang
6	Bapak Bambang	Pedagang
7	Bapak Misno	Pedagang
8	Ibu Warni	Pengunjung
9	Ibu Sumarini	Pengunjung

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan sembilan informan yang terdiri dari pemilik, pengelola, pedagang, dan pengunjung, serta observasi langsung di lapangan, ditemukan enam faktor utama yang memengaruhi kepuasan pedagang di Sentra Kue Subuh Pasar Senen Jakarta Pusat.

1. Kualitas Fasilitas Fisik

- Kualitas fasilitas fisik menjadi salah satu faktor penentu kenyamanan pedagang. Sebagian besar pedagang menilai bahwa area dagang saat ini cukup bersih, meskipun masih ditemukan keluhan terkait ukuran lapak yang relatif kecil dan sirkulasi udara yang kurang baik.
- Fasilitas air dinilai memadai oleh sebagian besar pedagang, namun ada yang mengeluhkan ketersediaannya yang kadang kurang lancar pada jam-jam sibuk. Toilet dinilai cukup bersih dan ada penjaga yang stand-by, meski beberapa pedagang berharap kebersihan dijaga lebih konsisten. Penerangan dinilai memadai untuk mendukung aktivitas perdagangan pada malam hari. Kondisi fisik lapak rata-rata dalam keadaan baik, meskipun sebagian pedagang menginginkan ukuran lapak yang lebih luas untuk menampung barang dagangan.

2. Pelayanan Pengelola Pasar

- Pelayanan pengelola pasar dinilai cukup baik oleh para pedagang. Pengelola dianggap responsif dalam menanggapi keluhan, seperti kerusakan fasilitas atau masalah teknis di lapangan. Komunikasi antara pengelola dan pedagang berjalan terbuka, baik melalui pertemuan langsung maupun grup komunikasi.
- Perbaikan fasilitas dilakukan secara berkala, meskipun intensitasnya berbeda tergantung tingkat kerusakan. Beberapa pedagang memberikan masukan agar penataan lapak dan jalur pergerakan di dalam pasar diatur lebih baik untuk mengurangi kepadatan.

3. Keamanan dan Ketertiban

- Keamanan di pasar cukup terjaga dengan adanya petugas yang rutin berpatroli. Namun, kasus pencopetan masih terjadi, terutama saat pasar ramai, sehingga pedagang menyarankan peningkatan pengawasan di titik-titik rawan.
- Ketertiban pedagang dalam mengatur barang dagangan dinilai cukup baik, meskipun ada sebagian pedagang yang menempatkan barang hingga mengganggu jalur pengunjung. Mayoritas pedagang merasa aman dan nyaman berdagang, tetapi mengharapkan upaya pencegahan kejahatan lebih ditingkatkan.

4. Aksesibilitas Lokasi

- Lokasi pasar dinilai strategis oleh sebagian besar pedagang dan pengunjung, karena mudah diakses dari berbagai arah dan dekat dengan transportasi umum seperti KRL, ojek online, dan angkot.
- Namun, jalur masuk dan keluar dianggap sempit, terutama saat pengunjung membludak di akhir pekan. Beberapa pedagang mengeluhkan lokasi parkir yang kurang memadai dan jaraknya yang cukup jauh dari area dagang.

5. Keadilan dalam Penataan dan Biaya

- Mayoritas pedagang merasa biaya sewa yang dibayarkan sebanding dengan fasilitas yang diterima, meskipun ada perbedaan pandangan antara pedagang lama dan baru. Pedagang lama cenderung lebih puas karena mendapatkan lokasi yang strategis dengan biaya relatif stabil, sedangkan pedagang baru menilai biaya sewa cukup tinggi.
- Pembagian lokasi lapak umumnya dianggap adil, tanpa diskriminasi yang berarti. Biaya tambahan seperti kebersihan dan listrik dinilai transparan, dan semua transaksi disertai bukti pembayaran resmi.

6. Kepuasan Ekonomi

- Dari sisi ekonomi, sebagian besar pedagang menyatakan omzet penjualan cenderung stabil, dengan peningkatan pada hari-hari tertentu seperti akhir pekan atau menjelang hari besar.

Faktor cuaca memengaruhi jumlah pengunjung, di mana hujan deras biasanya membuat pasar lebih sepi.

- Biaya operasional dinilai dapat dikelola dengan baik, dan mayoritas pedagang menganggap pasar ini memiliki potensi yang baik untuk mempertahankan keberlangsungan usaha mereka.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa: Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pedagang di Sentra Kue Subuh Pasar Senen Jakarta Pusat meliputi kualitas fasilitas fisik, pelayanan pengelola pasar, keamanan dan ketertiban, aksesibilitas lokasi, keadilan dalam penataan dan biaya, serta kepuasan ekonomi. Setiap faktor memiliki pengaruh berbeda, namun secara keseluruhan berkontribusi terhadap tingkat kenyamanan dan kepuasan pedagang. Tata kelola pasar yang diterapkan oleh pengelola dinilai cukup baik, ditandai dengan komunikasi yang terbuka, penanganan keluhan yang responsif, serta transparansi biaya sewa dan pembagian lapak. Namun, terdapat aspek yang masih perlu ditingkatkan, seperti pengaturan jalur pengunjung, penataan ulang lapak, dan peningkatan pengawasan keamanan. Variabel prioritas yang perlu dipertahankan oleh pengelola meliputi transparansi biaya, keamanan pasar, dan hubungan komunikasi dengan pedagang. Variabel yang perlu ditingkatkan antara lain kebersihan pasar, sirkulasi udara, lebar jalur pengunjung, kapasitas tempat parkir, dan luas lapak. Sementara itu, penggunaan ruang yang tidak produktif perlu dievaluasi agar lebih bermanfaat.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan saran sebagai berikut: Bagi pengelola pasar perlu Meningkatkan pengawasan keamanan di titik-titik rawan pencurian dengan menambah petugas atau memasang kamera pengawas (CCTV), menata ulang jalur sirkulasi pengunjung dan memperlebar akses masuk/keluar agar tidak terjadi penumpukan saat pasar ramai, memanfaatkan ruang kosong untuk aktivitas yang produktif, seperti penambahan lapak atau area istirahat. Bagi pedagang perlu untuk menjaga kebersihan lapak masing-masing agar lingkungan pasar tetap nyaman, menyesuaikan penataan barang dagangan agar tidak mengganggu jalur pengunjung, berpartisipasi aktif dalam komunikasi dan musyawarah yang diadakan pengelola untuk menyampaikan aspirasi atau keluhan. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke pasar tradisional lain di wilayah Jakarta atau kota besar lainnya untuk perbandingan, menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif agar hasil lebih komprehensif, memasukkan perspektif pembeli lebih banyak untuk melihat kepuasan dari sisi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Grönroos, C. (1990). *Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition*. Lexington Books. hlm. 27–29.
- Hardani, et al. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu. hlm. 28.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education Limited. hlm. 150–152.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (7th ed.)*. Pearson Education. hlm. 47–49.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode- Metode Baru*. UI Press. hlm. 20–22.

Siagian, S. P. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bumi Aksara. hlm. 90–92.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. Alfabeta. hlm. 15–18.

Tjiptono, F. (2015). Strategi Pemasaran (4th ed.). Andi. hlm. 100–102.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. The Free Press. hlm. 20–25.