

ISSN : 2088 - 0588

# JIMMA

Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh

Vol. 12 No. 2

Edisi: Juli – Desember 2022



FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

1. Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Pengalaman Kerja Dan Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bank BTN Syariah Kota Banda Aceh  
*Tuwisna, Tarmizi Gadeng & Rizki Murzani*
2. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Di Kota Banda Aceh  
*Mirza Murni*
3. Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Fanindo Internasional Logistik Banda Aceh  
*Zuraidah, Amelia Rahmi & Faizil Moviza*
4. Pengaruh Pelatihan Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) Region 1 Aceh  
*Febyolla Presilawati*
5. Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Telkom Akses Aceh  
*Mahyuddin, Sulfitra & Sahara Rahmadanti*
6. Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional  
*Yuslaidar Yusuf & Rahmad Hidayat*
7. Analisis Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Daroy Kota Banda Aceh  
*Rusnaldi & Suraiya Husna*
8. Pengaruh Kompetensi SDM, Pengembangan Karir Dan Komitmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor BPJS Ketenagakerjaan Banda Aceh  
*Agus Ariyanto, Husnaina Mailisa Safitri & Syarifah Raihan Zakiya*
9. PENGARUH INSENTIF DAN FASILITAS TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. ACEH MEDIA TELEVISI INDONESIA (ACEHTV) DI KABUPATEN ACEH BESAR  
*Nadiya, Aida Fitri & Muhammad Irbawi*
10. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&T Kota Sigli  
*Suryani Murad, Nara Pristiwa & Mutia Zahara*

JIMMA	Volume 12	Nomor 2	Halaman 102 - 112	Banda Aceh 2022	ISSN : 2088-0588
-------	--------------	------------	----------------------	--------------------	------------------

**DEWAN REDAKSI**

**PEMBINA**

1. Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
2. Para Pembantu Rektor Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

**Penanggung Jawab :**

Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh

**Ketua Penyunting :**

Hj. Nadiya, SE, M.Si.

**Wakil Ketua Penyunting :**

Zuraidah, SE, MM

**Penyunting Pelaksana :**

1. DR. Ramli Gadeng, M.Pd. (Univ. Syiah Kuala Banda Aceh)
2. DR. Dwi Cahyono, M.Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Jember)
3. DR. Sri Suyanta, M.Ag. (IAIN Ar-Raniry Banda Aceh)
4. Agus Ariyanto, SE, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
5. Tarmizi Gadeng, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
6. Sulfitra, S.Si, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
7. Syamsidar, SE, M, Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
8. Eva Susanti, SE, M.Si, Ak. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
9. Suryani Murad, SE, M.Si. (Univ. Muhammadiyah Aceh)
10. Dr. Erlinda. (Univ. Muhammadiyah Aceh)

**Staff Pelaksana :**

1. Editor : Husnaina Mailisa S, BM, MM.
2. Administrasi & Keuangan : Amyas, SE
3. Distribusi & Pemasaran : Rusnaldi, SE dan M.Iqbal
4. Pengelola IT : Abrar Habibi
5. Desain Cover & Layout : Luthfie

**Diterbitkan Oleh:**

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh**

**Jl. Muhammadiyah No. 91 Gampong Batoh, Banda Aceh**

**Telp. Fax. (0651) 21023**

## PENGANTAR REDAKSI

Assalammu'alaikum, Wr.Wb.

**P**embaca yang budiman, JIMMA (Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh) volume 12 dan nomor 1 mengulas tentang isu-isu mengenai manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran secara aktual, yang disertai kasus-kasus menarik pada perusahaan-perusahaan maupun instansi dan lembaga pemerintahan sehingga sangat relevan bagi semua pihak yang berkecimpung dalam dunia akademis maupun professional untuk memperluas wawasan keilmuan maupun mendapatkan inspirasi baru terkait isu manajemen sumber daya manusia, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran.

Ucapan terimakasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada civitas akademika di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh (UNMUHA) dan semua pihak yang telah memberikan kontribusinya secara nyata baik langsung maupun tidak langsung dalam penerbitan JIMMA Volume 11 dan Nomor 1 ini, sehingga jurnal ilmiah ini bisa hadir secara kontinyu dalam mewarnai khasanah intelektual dalam bidang manajemen di Aceh khususnya dan Indonesia pada umumnya.

Banda Aceh,     Desember 2022

Pengelola

## SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

*Assalammu'alaikum, Wr, Wb.*

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberi Taufik, Hidayah dan Petunjuk-Nya kepada kita semua sehingga kita dapat melakukan sesuatu yang selalu mendapat Ridha dan Bimbingan-Nya. Selanjutnya salawat dan salam kita sampaikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa kita dari alam kebodohan ke alam yang berilmu pengetahuan, mengajar dan mendidik umat manusia, sehingga mampu melaksanakan berbagai usaha kegiatan, yang bermanfaat bagi nusa dan bangsa.

Pada tahun 1991 Fakultas Ekonomi didirikan melalui Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. No. 0230/1991 Tanggal 29 April 1991 terdiri dari 2 (dua) Program Studi yaitu Program Studi Manajemen dan Akuntansi dan terakhir perpanjangan izin operasional Program Studi Manajemen berdasarkan keputusan Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional No. 1629/D/T/K-I/2009 tanggal 27 Maret 2009. Program Studi Manajemen telah memperoleh Akreditasi oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) berdasarkan surat keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 018/BAN-PT/Ak-X/S1/VIII/2007.

Untuk itu, Prodi Manajemen membuat program pengembangan penelitian ilmiah yang dilaksanakan oleh dosen, mahasiswa dan peneliti-peneliti lainnya dalam bentuk jurnal yang dinamakan Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA) yang diterbitkan setiap 6 bulan sekali.

Pada penerbitan Edisi Volume 11 Nomor 1 ini, kami juga menerima tulisan dan karya ilmiah guna dapat dimuat dalam penerbitan-penerbitan berikutnya. Selaku Dekan, kami menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan JIMMA ini.

Akhirnya kami berharap semoga jurnal ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan semoga Allah SWT selalu memberi taufik dan hidayah-Nya kepada kita sehingga mampu menerbitkan jurnal JIMMA ini dengan sebaik-baiknya. Amin.

*Wassalammu'alaikum, Wr, Wb.*

Banda Aceh, Desember 2022  
Dekan,

**Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM.**

## PEDOMAN PENULISAN

1. **JIMMA**, Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh yang diterbitkan oleh Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh merupakan media untuk menerbitkan hasil penelitian yang orisinal, pemikiran dan pandangan pribadi dalam ilmu pengetahuan serta penyebarluasan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang ilmu ekonomi manajemen.
2. Judul harus ditulis secara ringkas, tetapi cukup informatif untuk menggambarkan isi tulisan. Huruf serta kata judul berupa huruf kapital.
3. Naskah dapat ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dan ditulis rapi pada kertas berukuran A4, dan setiap lembar tulisan diberi nomor halaman dengan jumlah halaman 10-20 dengan 2 kolom dalam 1 halaman, jarak spasi 1,5 spasi. Model huruf yang digunakan adalah *Times New Roman* dengan *font* 12. Margin atas 4 cm, margin bawah 3 cm, margin kiri 4 cm, dan margin kanan 3 cm. Naskah diserahkan dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy*.
4. Artikel yang ditulis dalam Bahasa Indonesia mencantumkan abstrak dalam Bahasa Inggris atau bahasa Indonesia. Kata kunci harus dipilih untuk menggambarkan isi artikel dan paling banyak 5 (lima) kata kunci. Kata-kata ini dapat diambil dari judul dan isi abstrak. Abstrak diketik dengan jarak 1 spasi, serta panjang abstrak tidak lebih dari 1 halaman.
5. Mencantumkan referensi yang lengkap dengan urutan sebagai berikut: nama pengarang (diurutkan secara alfabetis), tahun penerbitan, judul buku/tulisan, nama penerbit dan kota penerbit.
6. Format penulisan\*) naskah adalah sebagai berikut:  
JUDUL  
ABSTRAK/*ABSTRACT*  
BAB I : PENDAHULUAN  
BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN  
BAB III : METODE PENELITIAN  
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN  
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN  
DAFTAR PUSTAKA  
DAFTAR LAMPIRAN (JIKA ADA)  
\*) Jika naskah bukan dari hasil penelitian, format menyesuaikan
7. Nama penulis harus jelas dan lengkap (setiap penulis harus memberikan biodata singkat).
8. Alamat Redaksi “**JIMMA**” (Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh) :  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh,  
Jalan Muhammadiyah No. 91 Desa, Bathoh, Banda Aceh  
No. Telp/Faks . (0651) 21023, e-mail : [jurnalfeunmuha@yahoo.com](mailto:jurnalfeunmuha@yahoo.com)
9. Naskah akan seleksi dari 3 unsur, yang meliputi kebenaran isi, derajat orisinalitas, relevansi isi serta kesesuaian dengan misi jurnal.

DAFTAR ISI

DEWAN REDAKSI JURNAL ILMIAH MANAJEMEN MUHAMMADIYAH ACEH...	i
PENGANTAR REDAKSI.....	ii
SAMBUTAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI.....	iii
PEDOMAN PENULISAN.....	iv
DAFTAR ISI.....	v

Jurnal

<b>1. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Bengkel CV Yakin Kota Banda Aceh)</b> <i>Tuwisna, Tarmizi Gadeng &amp; Irwansyah Putra</i> .....	103-112
<b>2. Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina Di Kota Banda Aceh</b> <i>Mirza Murni</i> .....	113-122
<b>3. Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Fanindo Internasional Logistik Banda Aceh</b> <i>Zuraidah, Amelia Rahmi &amp; Faizil Moviza</i> .....	123-132
<b>4. Pengaruh Pelatihan Pengembangan Karir Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Bank Syariah Indonesia (BSI) Region 1 Aceh</b> <i>Febyolla Presilawati</i> .....	133-138
<b>5. Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi Pada PT. Telkom Akses Aceh</b> <i>Mahyuddin, Sulfitra &amp; Sahara Rahmadanti</i> .....	139-146
<b>6. Dampak Pertumbuhan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional</b> <i>Yuslaidar Yusuf &amp; Rahmad Hidayat</i> .....	147-156
<b>7. Analisis Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Daroy Kota Banda Aceh</b> <i>Rusnaldi &amp; Suraiya Husna</i> .....	157-170
<b>8. Pengaruh Kompetensi SDM, Pengembangan Karir Dan Komitmen Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor BPJS Ketenagakerjaan Banda Aceh</b> <i>Agus Ariyanto, Husnaina Mailisa Safitri &amp; Syarifah Raihan Zakiya</i> .....	170-178
<b>9. PENGARUH INSENTIF DAN FASILITAS TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT. ACEH MEDIA TELEVISI INDONESIA (ACEHTV) DI KABUPATEN ACEH BESAR</b> <i>Nadiya, Aida Fitri &amp; Muhammad Irbawi</i> .....	179-184
<b>10. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Dan <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada J&amp;T Kota Sigli</b> <i>Suryani Murad, Nara Pristiwa &amp; Mutia Zahara</i> .....	185-192

## DAMPAK PERTUMBUHAN PASAR MODERN TERHADAP EKSISTENSI PASAR TRADISIONAL

*Yuslaidar Yusuf<sup>1</sup> & Rahmad Hidayat<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>*Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh*

<sup>2</sup>*Alumni Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh*

### ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana dampak pertumbuhan pasar modern terhadap eksistensi pasar tradisional di Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel dalam penelitian ini merupakan responden dari pasar modern yang berjumlah 5 orang penjual dari 5 jenis toko dan 30 responden dari pasar tradisional yang berada di Banda Aceh. Data dikumpulkan melalui wawancara dan studi dokumentasi. Wawancara yang dilakukan menggunakan panduan wawancara yang berupa lembar wawancara, kemudian hasil wawancara dianalisis berdasarkan tiga langkah yaitu reduksi data, Display data (penyajian data) dan verifikasi atau penarikan kesimpulan. Berdasarkan analisis hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan pasar modern terhadap pasar tradisional berdampak besar bagi pasar tradisional hal ini ditunjukkan dari berkurangnya omset perhari di pasar Kampung Baru, pasar Peunayong dan pasar Lambaro tidak hanya mengalami penurunan omset akan tetapi juga mengalami penurunan pendapatan serta jumlah konsumen yang datang semakin berkurang sehingga banyak pedagang yang merasa dirugikan. Berbanding terbalik dengan pasar modern Suzuya Mall Banda Aceh yang semakin hari jumlah pendapatan dan omset serta pengunjung bertambah semakin pesat.

***Kata Kunci: Pertumbuhan Pasar Modern, Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional***

### PENDAHULUAN

Perdagangan adalah salah satu aktivitas penting dalam kehidupan manusia, aktivitas perdagangan ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Pertumbuhan penduduk yang pesat menyebabkan kenaikan terhadap kebutuhan dan permintaan yang terjadi di masyarakat. Seiring berkembangnya zaman, masyarakat membutuhkan peningkatan akan pasar yang merupakan akses untuk memenuhi kebutuhan hidup. Peningkatan kebutuhan terhadap pasar menjadi alasan muncul dan berkembangnya bentuk-bentuk pasar. Pada awalnya pasar hanya berbentuk pasar tradisional yang ada di beberapa daerah, namun seiring majunya zaman dan berkembangnya kebutuhan manusia muncullah bentuk-bentuk pasar baru atau disebut pasar modern seperti supermarket, minimarket dan lain sebagainya.

Perkembangan pasar di Indonesia semakin luas seiring dengan perkembangan ekonominya. Menurut klasifikasinya, saat ini pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu, pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi, perkembangan pasar modern di Indonesia meningkat lebih pesat dibandingkan perkembangan pasar tradisional. Pembangunan pasar modern yang berkembang pesat, dirasakan oleh banyak pihak yang berdampak terhadap eksistensi pasar tradisional dan para pelaku usaha sejenis disekitarnya, masyarakat lebih menyukai pasar modern karena fasilitasnya yang lebih baik dibandingkan dengan pasar tradisional.

Di dalam peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 (Pasal 1 ayat 1) Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern. Dalam peraturan Menteri tersebut yang dimaksud

dalam pelaku usaha adalah setiap orang perorang atau badan usaha, baik berbentuk badan hukum maupun bukan berbadan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum Negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Kehadiran pasar modern yang memberikan banyak kenyamanan membuat sebagian orang enggan untuk berbelanja ke pasar tradisional. Dari mulai kondisi pasar yang becek dan bau, malas tawar menawar, faktor keamanan (copet dan lain-lain), resiko pengurangan timbangan pada barang yang dibeli, penuh sesak dan sejumlah alasan lainnya. Padahal pasar tradisional juga masih memiliki beberapa kelebihan yang tidak dimiliki pasar modern. Diantaranya adalah masih adanya kontak sosial saat tawar menawar, tidak seperti pasar modern yang memaksa konsumen untuk mematuhi harga yang sudah ditetapkan.

Keberadaan pasar modern juga menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari setiap kalangan masyarakat. Ada kelompok masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah keatas, keberadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa di pasar modern. Akan tetapi, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaannya. Mereka merasa dirugikan dengan kehadiran pasar modern di lingkungan sekitarnya, Eka (2013:2).

Kejadian ini seperti yang terjadi di Kota Banda Aceh saat ini, terdapat beberapa pasar modern yang letaknya saling berdekatan di sepanjang jalan dan berdekatan pula dengan pasar

tradisional di Kota Banda Aceh. Berdasarkan data pasar dari Disperindag Kota Banda Aceh, terdapat 14 pasar tradisional, namun hanya 11 yang aktif dan ada beberapa pasar modern yang terdapat di Kota Banda Aceh, Kasman, (2017:126).

## TINJAUAN KEPUSTAKAAN

### Dampak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia dampak adalah pengaruh sesuatu yang menimbulkan akibat, benturan yang cukup kuat sehingga menimbulkan perubahan. Secara etimologis dampak berarti pelanggaran atau benturan. Pengaruh adalah daya yang ditimbulkan dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Pengaruh adalah suatu keadaan dimana ada hubungan timbal balik atau hubungan sebab akibat antara apa yang mempengaruhi dan apa yang dipengaruhi. Dampak pertumbuhan pasar ada yang mengarah ke positif dan negatif atau disebut dampak positif dan dampak negatif yang akan diuraikan sebagai berikut:

#### 1. Dampak Positif

Dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, meyakinkan, mempengaruhi ataupun memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginan keinginannya. Sedangkan positif adalah pasti atau tegas dan nyata dari suatu pemikiran terutama memikirkan hal-hal baik, Ekrad (2018:15).

#### 2. Dampak Negatif

Dampak adalah keinginan membujuk, meyakinkan, memengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain dengan tujuan agar mereka mendukung atau mengikuti keinginannya.

## Pasar

Masyarakat sebagai pelaku ekonomi merupakan faktor dominan yang turut mewarnai kegiatan pemasaran di suatu tempat atau daerah. Untuk itu pelaku bisnis yang terlibat langsung dalam suatu kegiatan pemasaran yang harus memperhatikan konsep penjualan yang bertujuan untuk memberikan kepuasan konsumen dalam jangka panjang.

Pasar selama ini sudah menyatu dan memiliki tempat paling penting bagi masyarakat sehari-hari. Bagi masyarakat, pasar bukan hanya tempat bertemunya antara penjualan dan pembeli tetapi sebagai tempat berinteraksi. Pasar adalah tempat pertemuan antara penjual dengan pembeli. Atau pasar adalah daerah atau tempat (area) yang di dalamnya terdapat kekuatan-kekuatan permintaan dan penawaran yang saling bertemu untuk membentuk suatu harga, Mursid (2014: 25). Menurut Philip Kotler, (2001:162) pasar adalah tempat bagi penjual dan pembeli melakukan transaksi untuk memenuhi kebutuhannya.

## Pasar Modern

Pemerintah menggunakan istilah pasar modern dengan toko modern sebagaimana dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/12/2008 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, mendefinisikan toko modern adalah toko dengan sistem penilaian mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departement Store, Hyperarket ataupun grosir yang berbentuk perlukulakan, Endi (2008:98).

Barang yang dijual di pasar modern memiliki variasi jenis yang beragam. Selain menyediakan

barang-barang lokal, pasar modern juga menyediakan barang impor. Barang yang dijual mempunyai kualitas yang relatif lebih terjamin karena melalui penyeleksian terlebih dahulu secara ketat sehingga barang yang tidak memenuhi persyaratan akan ditolak. Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai persediaan barang di gudang yang terukur. Dari segi harga, pasar modern memiliki label harga yang pasti (tercantum harga sebelum dan setelah dikenakan pajak), Endi (2008:99).

Menurut Andini Elisabet berpendapat bahwa pasar modern adalah jenis pasar yang penjual dan pembelinya tidak bertransaksi langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (bercode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan mandiri atau dilayani pramuniaga.

Adapun pasar modern memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Harga sudah tertera dan diberi Barcode
2. Barang yang dijual beraneka ragam dan umumnya tahan lama
3. Berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan sendiri (Swalayan)
4. Ruangan Ber-AC dan nyaman tidak terkena trik matahari
5. Tempat bersih
6. Tata tempat sangat diperhatikan untuk mempermudah dalam pencarian barang
7. Pembayaran dilakukan dengan membawa barang ke kasir dan tidak ada tawar menawar lagi, Endi (2008:101)

## Jenis-jenis Pasar Modern

Menurut Sopiah (2008:50) pasar modern sudah berkembang begitu pesat, berikut ini jenis-jenis pasar modern yaitu:

1. *Departement Store*  
*Departement Store* atau yang sering disebut toko serba ada adalah toko ritel yang memiliki ragam ini produk yang banyak serta dikelompokkan sesuai dengan kategori ini

produknya seperti furnitur, buku mainan, peralatan rumah tangga dan peralatan olahraga.

#### 2. Supermarket

Supermarket atau pasar swalayan adalah bentuk toko ritel yang operasinya cukup besar, berbiaya rendah, margin rendah, volume penjualan tinggi, terkelompok berdasarkan ini produksi, *self service* diranjang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

#### 3. Minimarket

Minimarket adalah pasar swalayan yang secara ukuran toko dan jumlah item barang yang dijual lebih sedikit daripada supermarket dan hypermarket, dimana jumlah item barang yang dijual untuk minimarket antara 3000-5000 macam yang dijual.

#### 4. Hypermarket

Hypermarket adalah pasar swalayan terbesar baik dari ukuran fisik bangunan maupun jumlah barang yang dijual. Barang yang di jual di atas 15000 macam barang dagangan yang dijual.

### Pasar Tradisional

Pada peraturan menteri perdagangan No. 53/M-DAG/PER/12/2008 dijelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah, pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki atau dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar, Endi (2008:100).

Berdasarkan uraian di atas, pasar tradisional adalah suatu pasar yang di dalamnya terjadi sebuah transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli seperti proses tawar menawar serta bangunan yang seadanya yang telah diberikan oleh pemerintah, tidak seperti pasar modern yang dimiliki atau didirikan oleh orang-orang yang memiliki saham dan modal yang besar sehingga dapat membangun pasar modern dengan

dilengkapi fasilitas-fasilitas yang cukup baik.

Pasar tradisional biasanya terdapat di setiap daerah tidak memandang apakah itu daerah perkotaan maupun daerah perdesaan. Pasar tradisional memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memperjual belikan barang/jasa kebutuhan sehari-hari secara eceran.
2. Melibatkan banyak pedagang eceran berskala kecil.
3. Bangunan dan fasilitas pasarnya relatif sederhana.
4. Pemilikan dan pengelolaan umumnya dilakukan oleh pemerintah daerah

Pasar tradisional juga memiliki keunggulan dan kelemahan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Banyak pembeli datang untuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti daging, sayur-sayuran, ikan dan lain sebagainya.
2. Untuk kualitas barang tidak kalah dengan pasar modern
3. Harganya lebih murah jika dibandingkan dengan pasar modern.
4. Memungkinkan pembeli untuk dapat menawar harga barang sehingga mencapai kesepakatan dengan pedagang.

Adapun kekurangan pasar tradisional antara lain sebagai berikut:

1. Tempat yang kurang teratur dan kurang bersih
2. Bau yang tak sedap
3. Pembagian wilayah kategori barang dagangan yang kurang jelas
4. Banyak toko yang menaruh barang dagangan sampai keluar toko sehingga membuat gang yang menjadi lalu lalang para pembeli menjadi lebih sempit dan lain sebagainya.

## **METODE PENELITIAN**

Menurut Mohkarim (2010:36) penelitian adalah suatu proses atau kegiatan yang dilakukan secara sistematis, logis, dan berencana untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data, serta menyimpulkan dengan menguatkan metode atau teknik tertentu untuk mencari jawaban atau permasalahan yang timbul. Penelitian dapat diartikan melakukan suatu kegiatan demi mencapai sebuah kesimpulan akhir.

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam Moleong (2012: 8) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Dari jenis penelitian tersebut dapat dipahami bahwa penelitian ini adalah penelitian yang turun langsung ke lapangan dimana penelitian dilakukan untuk mempelajari secara teratur latar belakang dan keadaan yang sedang berlangsung serta dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional, kedua pasar ini terdapat di Banda Aceh.

### **Sifat Penelitian**

Penelitian yang digunakan bersifat deskriptif kualitatif, menurut Juliyansyah (2013:34) penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi sekarang. Sedangkan penelitian kualitatif menurut Mohkarim (2010:175) adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Sehingga

hasil penelitian ini, adalah berupa kata-kata yang bersumber dari data primer dan sekunder.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah mekanisme yang harus dilakukan oleh peneliti dalam pengumpulan data, yang merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, yaitu :

#### **1. Wawancara**

Wawancara adalah metode memperoleh data atau informasi dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau yang diwawancarai dengan tujuan untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara terarah atau sering disebut wawancara bebas terpimpin. Wawancara terarah atau wawancara bebas terpimpin adalah wawancara yang dilaksanakan secara bebas, tetapi kebebasan ini tetap tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara.

#### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger agenda, dan sebagainya, Suharsimi (2010:172). Dokumentasi yang peneliti maksud adalah penguat bukti data-data yang diperoleh melalui wawancara.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Pasar Tradisional**

#### **1. Pasar Aceh**

Pasar Aceh berlokasi di salah satu daerah pusaka dan pusat kota, hal ini juga berdasarkan RTRW 2009-2029 Kota Banda Aceh. Kawasan

Pasar Aceh berkembang menjadi salah satu destinasi wisata yang ramai dikunjungi oleh wisatawan dikarenakan lokasinya yang berdekatan dengan Masjid Raya Baiturrahman, dimana Masjid itu sendiri juga termasuk salah satu destinasi wisata yang ramai dikunjungi. Dengan adanya wisatawan dapat meningkatkan perekonomian kalangan menengah kebawah. Namun keadaannya yang kumuh tidak sesuai dengan budaya orang Aceh sebagai Pemulia Jamee atau lebih menghormati tamu dan memuliakannya.

Pasar Aceh Baru tidak menyediakan beragam fasilitas. Gedung Pasar Aceh Baru tidak memiliki full AC, hanya menyediakan fasilitas sederhana seperti toilet, ruang beribadah, hingga kedai yang menjual makanan dan minuman. Jadwal Pasar Aceh buka setiap hari Senin-Minggu mulai pukul 09:00 WIB hingga 18:00 WIB, kendati demikian, khusus bulan ramadhan dan menjelang hari raya Islam, Pasar Aceh buka mulai pukul 09:00 WIB hingga pukul 23:59 WIB.

Pasar Aceh, baik lama maupun baru berada di kawasan yang cukup strategis karena berlokasi di pusat Kota. Selain bersebelahan dengan Masjid Raya Baiturrahman, pasar Aceh juga berdekatan dengan Museum Tsunami Aceh, Situs Tsunami Kapal PLTD Apung, dan Lapangan Blang Padang.

## **2. Pasar Peunayong**

Menurut catatan sejarah tertua mengenai kerajaan-kerajaan di Aceh dari sumber-sumber tulisan sejarah Cina, awalnya Peunayong adalah bagian dari wilayah kota tua Banda Aceh yang di desain oleh Belanda sebagai Chinezen Kamp alias Pecinan. Peunayong pada awalnya dihuni oleh warga Cina dari suku Khe, Tio Chiu, Kong Hu, Hokkian dan sub etnis lainnya.

Kegiatan perdagangan di kawasan ini cukup menonjol karena berdagang merupakan mata pencaharian utama etnis Cina, yang umumnya tumbuh dilingkungan pusat bisnis di Kota Banda Aceh masa dahulu, (Noviyuanda, dkk 2018:18).

Secara administratif Gampong Peunayong terdiri dari 4 Jurong yang menndiami wilayah yang seluas 36.3 Ha. Gampong Peunayong adalah salah satu dari 11 gampong yang ada dalam Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh, yang secara Geografis letak Gampong Peunayong berbatasan dengan (sebelah Utara berbatasan dengan Gampong Mulia, sebelah Selatan berbatasan dengan Krueng Aceh, sebelah Timur berbatasan dengan Gampong Laksana dan sebelah Barat berbatasan dengan Krueng Aceh.

Pasar Peunayong Banda Aceh merupakan salah satu pasar yang terdapat di kawasan Banda Aceh. Pasar Peunayong ini adalah pasar utama yang banyak dikunjungi oleh masyarakat Banda Aceh dan sekitarnya, yang berada di Kelurahan Peunayong, Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh. Dari Mesjid Baiturrahman hanya berjarak sekitar 2 Km kearah Utara. Secara geografis, letaknya cukup strategis karena berada di pusat keramaian penduduk dan berada tidak jauh dari tepi sungai Krueng Aceh yang berlokasi di Jln. T. Panglima Polem, Peunayong, Banda Aceh.

## **3. Pasar Lambaro**

Pasar induk Lambaro merupakan pasar tradisional tempat jual beli sayuran, buahan dan daging. Pasar Lambaro terletak di Ibu Kota Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar. Pasar yang memiliki luas area kurang lebih sekitar 3,4 Ha ini dibangun pada tahun 1986.

Pada tahun 2007 dilakukan perkembangan dalam pembangunan sarana prasarana pasar serta

direnovasi beberapa sarana dan prasarana pasar. Pembangunan kembali pasar ini dilakukan dengan sumber dana yang berasal dari bantuan hibah dari pemerintah dan masyarakat Jepang melalui *Japan Internasional Cooperation System* (JICS). Ini merupakan bagian dari merehabilitasi dan membangun kembali infrastruktur perdagangan di Aceh pascabencana gempa dan Tsunami 26 Desember 2004.

### **Pasar Modern**

Suzuya Mall Banda Aceh merupakan supermarket terbesar yang terletak di Kota Banda Aceh yang dibangun di tanah bekas terminal lama di Seutui, Banda Aceh. Suzuya Mall mulai beroperasi pada akhir tahun 2013 dengan tinggi bangunan mencapai empat lantai. Dari segi lokasinya, Suzuya Mall Banda Aceh berada di kawasan yang cukup strategis dan terjangkau, karena terletak di pusat Kota Banda Aceh yaitu di Seutui. Suzuya Mall merupakan pusat bisnis yang memperdagangkan beragam keperluan masyarakat mulai kebutuhan pokok seperti barang sembako maupun kebutuhan lainnya.

Sebagai penunjang Suzuya Mall, terdapat fasilitas terkenal dan menarik seperti pusat rekreasi Amazone, *Pizza Hut Restaurant*, *J&Co Café*, *Fountain Café*, *Mister Bakso Restaurant*, *Koki Sunda Restaurant*, *Uncle K Restaurant*, *KFC*, *Ace Hardware*, *Informa Furniture*, *Naugthy* dan fasilitas lainnya yang menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat.

Aktivitas Suzuya Mall Banda Aceh berlangsung mulai pukul 08:00 sampai dengan pukul 22:00 WIB namun khusus Sabtu dan Minggu aktivitas di Suzuya Mall berlangsung dari pukul 08:00 sampai dengan 23:00 WIB. Suzuya

Mall berlokasi di Jln. Teuku Umar, Lamteumen Timur, Jaya Baru, Banda Aceh.

### **Pembahasan**

#### **1. Pasar Tradisional**

##### **a. Pasar Aceh**

Pasar Aceh merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di Banda Aceh tepatnya dikawasan yang cukup strategis karena berlokasi di pusat Kota. Selain bersebelahan dengan Masjid Raya Baiturrahman, pasar Aceh juga berdekatan dengan Museum stunami Aceh, Situs stunami Kapal PLTD Apung, dan Lapangan Blang Padang. Karena letaknya yang strategis dan dikelilingi oleh tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh masyarakat membuat pasar ini menjadi ramai pembeli.

Pasar Aceh tidak hanya menjual satu jenis barang saja namun hampir semua barang ada di jual di sana serta suasana pasar tradisional ini juga sangat berbeda dengan pasar modern. Berikut ini beberapa tanggapan yang diberikan oleh pedagang yang berada di pasar tradisional Kampung Baru atau Pasar Aceh terkait bagaimana penghasilan mereka setelah berdirinya pasar Modern yaitu Suzuya Mall Banda Aceh atau pasar-pasar modern lainnya.

##### **b. Pasar Peunayong**

Pasar Peunayong merupakan salah satu pasar tradisional yang berada di Banda Aceh tepatnya di Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh. Banyak orang yang beranggapan bahwa pasar tradisional kini keberadaannya sangat kritis oleh keberadaan pasar modern seperti supermarket,

*department store* dan Mall. Namun demikian pasar tradisional walau makin terjepit tetapi tetap saja eksis keberadaannya. Karena suasana pasar tradisional juga sangat berbeda dengan pasar modern. Berikut ini beberapa tanggapan yang diberikan oleh pedagang yang berada di pasar tradisional Peunayong Banda Aceh terkait bagaimana penghasilan mereka setelah berdirinya pasar Modern yaitu Suzuya Mall Banda Aceh.

*Jumlah omset tergantung, jika hari biasa terkadang tidak ada yang laku sama sekali tapi kadang-kadang ada laku beberapa set pakaian. Omset perhari Rp. 700.000,00, 1 juta sampai 2 jutaan. Pada hari-hari libur omset yang kami hasilkan menjadi lebih, setiap pakaian memiliki harga yang berbeda dan kami juga memberi diskon yang berbeda. Keberadaan Suzuya Mall sedikit tidaknya berpengaruh bagi omset kami, karena mereka menyediakan berbagai fasilitas sehingga membuat konsumen nyaman untuk berbelanja ke sana, namun ada sebagian masyarakat tetap memilih berbelanja di pasar karena harga barang yang dapat dijangkau.* (Sukardi, Maret/20 2021 penjual baju).

### **c. Pasar Lambaro**

Pasar Lambaro merupakan pasar tradisional tempat jual beli sayuran, buahan daging dan lain-lain. Pasar Lambaro terletak di Ibu Kota Kecamatan Ingin Jaya, Kabupaten Aceh Besar. Berikut ini beberapa tanggapan yang diberikan oleh pedagang yang berada di pasar tradisional

Lambaro Aceh Besar terkait bagaimana keadaan pasar mereka setelah berdirinya pasar Modern yaitu Suzuya Mall Banda Aceh.

*Jumlah omset perhari tetap ada walau tidak banyak, kadang hanya beberapa set pakaian berhasil kami jual. Omset perhari jika dilihat dari kebiasaan sekitaran Rp. 300.000,00, sampai 1 juta. Keberadaan Suzuya Mall atau pasar modern lainnya ada pengaruhnya terhadap pasar tradisional khususnya pasar ini bang, karena pasar modern tentunya menyediakan berbagai fasilitas sehingga membuat konsumen nyaman untuk berbelanja ke sana, namun ada sebagian masyarakat tetap memilih berbelanja di pasar ini karena harga barang lebih murah dan dapat melakukan tawar menawar dalam transaksi jual beli yang kami lakukan. Jika dilihat dari keadaan pasar mungkin kebanyakan masyarakat enggan untuk datang karena kondisi pasar yang becek bau serta panas.* (M. Amin, Maret/26 2021 penjual baju).

## **2. Pasar Modern**

Keberadaan pasar modern menimbulkan persepsi berbeda-beda dari kalangan masyarakat. Ada masyarakat yang berpandangan positif terhadap keberadaan pasar modern. Misalnya bagi masyarakat kelas menengah ke atas, keadaan pasar modern sangat menguntungkan karena mereka dapat berbelanja dengan nyaman dan leluasa. Akan tetapi, tidak jarang yang memiliki pandangan negatif atas keberadaan pasar modern tersebut. Mereka merasa dirugikan dengan kehadiran pasar modern di lingkungan sekitarnya,

terutama ini bagi masyarakat kelas bawah. Bertambah tidaknya omset pasar modern juga terkadang dipengaruhi oleh pasar tradisional. Pasar modern yang peneliti teliti di Banda Aceh adalah Suzuya Mall, berikut ini beberapa hasil wawancara peneliti dengan para pedagang yang berada di Suzuya Mall Banda Aceh.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pedagang pasar Suzuya, dapat disimpulkan bahwa para pedagang pasar modern tersebut mengalami pendapatan yang tinggi dengan berbagai fasilitas yang mereka tujukan terhadap konsumen.

Selain fasilitas yang dapat membuat para konsumen nyaman dalam berbelanja mereka juga memberikan berbagai diskon dan member yang dapat ditukar dengan hadiah serta pasar modern juga menyediakan voucher belanja yang semakin menyenangkan para konsumen untuk datang lagi dan lagi dalam berbelanja.

Namun para pedagang ini tidak memungkiri yang mana mereka mengatakan pasar tradisional juga memberi pengaruh terhadap penghasilan mereka walau bukan dalam jumlah besar karena banyaknya masyarakat yang masih mempercayai untuk berbelanja di pasar tradisional yang sifatnya masih bisa tawar menawar dalam sistem jual belinya.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa dampak keberadaan pasar modern terhadap pasar tradisional Peunayong, Pasar Aceh dan pasar Lambaro dapat dilihat dari tiga sisi yakni omset, pendapatan dan jumlah konsumen yang datang berbelanja di ketiga pasar tersebut. Berdasarkan hasil wawancara lapangan dapat dijelaskan bahwa semakin hari omset yang di dapat pedagang pasar

tradisional mengalami penurunan omset, dan ketiga pasar tersebut tidak hanya mengalami penurunan omset akan tetapi juga pendapatan serta jumlah konsumen yang datang juga semakin berkurang sehingga banyak pedagang yang merasa dirugikan.

### **Saran**

Ada beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan terkait dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Pedagang pasar tradisional dapat meningkatkan daya saing dalam hal harga dengan melakukan kerjasama dengan pedagang sejenis di pasar.
2. Pemerintah daerah harus menyadari bahwa pasar tradisional, merupakan roda perekonomian di daerah, sehingga harus diberi perlindungan untuk menciptakan iklim persaingan dalam usaha, terutama menjaga lingkungan pasar tetap bersih.
3. Para pedagang yang berada di pasar tradisional hendaknya menjaga kebersihan pasar sehingga para konsumen nyaman dalam berbelanja.
4. Para pedagang di pasar tradisional seharusnya lebih memperhatikan kualitas barang dagangannya agar para konsumen lebih mempercayai untuk berbelanja di pasar tradisional dan tidak beralih ke pasar modern.
5. Diharapkan semua pedagang pasar tradisional melakukan pelayanan yang baik serta ramah terhadap konsumen, sehingga konsumen senang untuk datang berbelanja kembali.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Bhakti Negara. (2018). Analisis Preferensi Konsumen dalam Berbelanja di Pasar Tradisional dan Pasar Modern di Kota Makasar. *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Universitas Lampung*. 2018.
- Aldinur, Armi. (2016). Dampak Sosial Ekonomi Kebijakan Relokasi Pasar (Studi Kasus Relokasi Pasar Dinoyo Malang). *Jurnal Administrasi Publik (Jap)*. Vol. 4, No. 10, hal. 1-6.
- Asribestari dan Setyono. (2013). Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu Dan Giant Superdome). *Jurnal Teknik PWK*. Vol. 2, No. 3. hal. 539.
- Dian, Sukma Dewi. (2018). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Para Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Desa Tanggul Angin Kecamatan Punggur. *Skripsi*. 2018.
- Ekrat. (2018). Dampak Pertambangan Emas Tradisional Terhadap Sosial Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus di Desa Huta Bargot Nauli Kecamatan Huta Bargot, Kabupaten Mandailing Natal). *Skripsi*. 2018.
- Endi, Sarwoko. (2008). Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di wilayah Kabupaten Malang”. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Vol. 3 No. 2, hal. 98, Edisi Juni 2008.
- Hamid, Patilima (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Alfabeta.
- Ibrahim. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Juliansyah, Noor. (2013). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tests Disertasi dan Karya Ilmiah*. Cet. Ke 3. Jakarta: N Kencana.
- Kasman Rasyidin & T. Zulham. (2017). “Dampak Kemunculan Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional di Kota Banda Aceh”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Islam dan Bisnis Unsyiah*. Vol. 2, No. 1, Februari 2017.
- Mohkarim. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Yogyakarta: Uin Malik Press.
- Moh, Kasiram (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press.
- Moleong, Lexy. (2012). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PTRemaja Rosdakarya.
- Mursyid. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nuraini dan Merdekawati. (2013). *Ekonomi: Untuk SMA/MA Kelas X*. Sidoarjo: Cetakan Kedua. Bandung: CV Alfabeta.
- Philip, Kottler. (2001). *Manajemen dan Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Putra Sian Arimawa & Feri Leasiwal. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional Di Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Pundi*, Vol. 02, No. 03, November 2018.
- Sopiah. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Cet. Ke 8.
- Suharsimi, Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukesi, Sugiyono, (2009). Dampak Keberadaan Pasar-Pasar Modern Terhadap Pedagang Pasar Tradisional (Studi Kasus di Kota Balikpapan). *DIE- Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 5, No. 4. hal. 155.
- Yasin, Muhammad & Ethicawati, Sri. (2007). *Ekonomi Untuk Sekolah Menengah Pertama*. Jakarta: Ganeca Exact.