



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 5033-5040

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Sri Gading Air Molek

<sup>1</sup>Atmazaki, <sup>2</sup>Muhammad Apis Daulay

<sup>12</sup>STAI Nurul Falah, Program Studi Ekonomi Syariah

[Atmazaki111@gmail.com](mailto:Atmazaki111@gmail.com), [apis@stainf.ac.id](mailto:apis@stainf.ac.id)

### Abstrak

*Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi keberhasilan suatu usaha, terutama pada lingkungan pasar tradisional yang memiliki tingkat persaingan cukup tinggi. Pelayanan yang diberikan secara baik, ramah, dan komunikatif mampu menciptakan kepuasan pelanggan serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap penjual. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keberhasilan usaha di Pasar Sri Gading Air Molek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi secara langsung terhadap salah satu pedagang ikan di Pasar Sri Gading Air Molek. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk memahami hubungan antara kualitas pelayanan dan keberhasilan usaha yang dijalankan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sikap ramah, kemampuan berkomunikasi dengan baik, kejujuran dalam proses transaksi, serta kemampuan menjaga kualitas barang dagangan menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan pedagang kepada orang lain. Selain itu, pelayanan yang baik juga mampu menciptakan hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli sehingga usaha dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai strategi penting dalam mempertahankan keberlangsungan serta meningkatkan keberhasilan usaha di pasar tradisional.*

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Keberhasilan Usaha, Pasar Tradisional, Pedagang Ikan.

### 1. Latar Belakang

Kegiatan usaha merupakan salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan hidup masyarakat. Dalam menjalankan usaha, pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan (Suhada dkk., 2022). Kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, terutama pada pasar tradisional yang memiliki tingkat persaingan cukup tinggi. Pelayanan yang baik mampu menciptakan kenyamanan, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membangun hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli (Putri, 2025).

Pasar tradisional merupakan tempat berlangsungnya interaksi langsung antara penjual dan pembeli dalam kegiatan jual beli. Dalam proses tersebut, kualitas pelayanan menjadi aspek yang sangat diperhatikan oleh konsumen. Sikap ramah, sopan santun, komunikasi yang baik, serta kejujuran dalam berdagang dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan. Sebaliknya, pelayanan yang kurang baik dapat menimbulkan rasa tidak nyaman bagi pelanggan sehingga berdampak pada keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu strategi penting dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan keberhasilan usaha (Kasto & Aminulloh, 2024).

Pasar Sri Gading Air Molek merupakan salah satu pasar tradisional yang menjadi pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Para pedagang di pasar tersebut berupaya memberikan pelayanan terbaik guna mempertahankan pelanggan di tengah persaingan usaha. Salah satu pedagang ikan di Pasar Sri Gading Air Molek telah menjalankan usahanya selama kurang lebih 21 tahun. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha di lingkungan pasar tradisional. Pedagang memberikan pelayanan melalui sikap sopan, ramah, serta berusaha menciptakan kenyamanan bagi pelanggan saat melakukan transaksi jual beli.

Berdasarkan hasil wawancara, pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk kembali melakukan pembelian. Selain itu, pelanggan juga memberikan tanggapan positif

terhadap pelayanan yang diterima. Dalam menjalankan usahanya, pedagang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menerapkan nilai-nilai kejujuran dan keberkahan dalam berdagang sebagaimana dianjurkan dalam ajaran Islam. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas barang yang dijual, tetapi juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Keberhasilan Usaha di Pasar Sri Gading Air Molek.**”

### 1. Metode Penelitian

Menjelaskan Penelitian ini menerapkan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif digunakan untuk memahami serta menjelaskan secara mendalam mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keberhasilan usaha di Pasar Sri Gading Air Molek. Sementara itu, pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang terjadi di lapangan berdasarkan data dan fakta yang diperoleh secara langsung selama proses penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Sri Gading Air Molek. Subjek penelitian adalah seorang pedagang ikan yang telah menjalankan usahanya selama kurang lebih 21 tahun. Informan tersebut dipilih karena dinilai memiliki pengalaman dan pemahaman yang memadai terkait penerapan kualitas pelayanan dalam menjalankan usaha dagangnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan guna memperoleh informasi mengenai bentuk pelayanan yang diberikan kepada pelanggan serta pengaruh pelayanan tersebut terhadap keberhasilan usaha. Selain itu, observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas pelayanan yang dilakukan pedagang dalam proses transaksi jual beli di pasar.

Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik deskriptif, yaitu dengan mengumpulkan, memahami, dan menarik kesimpulan dari informasi yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terhadap keberhasilan usaha. Hasil analisis tersebut selanjutnya disusun dalam bentuk uraian yang sistematis agar mudah dipahami.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara dan observasi di Pasar Sri Gading Air Molek, diperoleh informasi bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pelayanan yang baik mampu memberikan rasa nyaman kepada pelanggan sehingga dapat membangun hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli (Hasil wawancara dengan Ibu Haslinda, pedagang ikan di Pasar Sri Gading Air Molek, 2026). Dalam aktivitas jual beli di pasar tradisional, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan selain kualitas produk yang dipasarkan (Haryadi dkk., 2020).

Table 1. Identitas Informan

Nama Informan	Lama Berdagang	Jenis Dagangan	Lokasi
Haslinda	21 Tahun	Ikan Sungai	Pasar Sri Gading Air Molek

Hasil wawancara dengan salah satu pedagang ikan, yaitu Haslinda, menunjukkan bahwa pelayanan yang baik memiliki peranan penting dalam menarik minat pembeli. Informan menyampaikan bahwa pelayanan yang ramah dapat menciptakan rasa nyaman dan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk kembali melakukan pembelian. Bentuk pelayanan yang diterapkan dilakukan melalui sikap sopan, senyum, sapa, serta keramahan dalam melayani pelanggan.

Table 2. Hasil Wawancara

No	Aspek yang Diteliti	Hasil Wawancara
1	Pentingnya pelayanan	Pelayanan penting untuk menarik pelanggan dan membuat pelanggan kembali membeli

---

2	Bentuk pelayanan	Memberikan pelayanan dengan sopan, senyum, sapa, dan ramah tamah
3	Pengaruh pelayanan	Pelayanan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha
4	Tanggapan pelanggan	Pelanggan merasa nyaman dan memberikan respon positif
5	Kendala pelayanan	Kesulitan saat kondisi pasar ramai pembeli
6	Harapan usaha	Penjualan meningkat dan memperoleh keberkahan dalam berdagang

---

Informan juga menjelaskan bahwa dalam melayani pelanggan, dirinya selalu berupaya memberikan pelayanan secara maksimal agar pelanggan merasa nyaman selama proses transaksi berlangsung. Pelayanan yang diberikan tidak hanya terbatas pada kegiatan jual beli, tetapi juga bertujuan untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga pelanggan merasa dihargai (Hasil wawancara dengan Ibu Haslinda, pedagang ikan di Pasar Sri Gading Air Molek, 2026). Sikap tersebut menjadi salah satu faktor yang mendukung terciptanya loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

Pelayanan yang berkualitas tidak hanya berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan, tetapi juga mampu membangun hubungan sosial yang harmonis antara penjual dan pembeli. Dalam lingkungan pasar tradisional, hubungan sosial memiliki peranan penting dalam proses transaksi karena interaksi antara pedagang dan pelanggan berlangsung secara langsung. Kedekatan yang terjalin antara keduanya dapat menumbuhkan rasa nyaman sehingga pelanggan cenderung memilih untuk berbelanja kepada pedagang yang telah dikenal.

Sikap ramah yang ditunjukkan pedagang juga dapat memberikan kesan positif kepada pelanggan. Pada umumnya, pelanggan merasa lebih nyaman ketika memperoleh pelayanan yang sopan, komunikatif, dan penuh perhatian. Oleh sebab itu, keramahan menjadi salah satu bentuk pelayanan yang memiliki peranan penting dalam menjaga loyalitas pelanggan serta membantu mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha, khususnya pada lingkungan pasar tradisional (Irawan, 2026). Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan pedagang, sehingga tercipta kepercayaan dalam proses transaksi jual beli. Kepercayaan tersebut memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan usaha karena pelanggan lebih memilih untuk melakukan pembelian kembali kepada pedagang yang sama dibandingkan beralih ke pedagang lain (Suwanto dkk., 2025).

Selain itu, loyalitas pelanggan juga berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan usaha. Pelanggan yang merasa nyaman terhadap pelayanan tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga berpotensi merekomendasikan pedagang kepada orang lain (Zanuba & Zamrudi, 2026). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan yang penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara penjual dan pembeli.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang membahas tentang kegiatan usaha. Efendi dkk., menyatakan bahwa dalam kegiatan usaha, pelayanan dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi antara penjual dan pembeli. Pelayanan yang baik mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan terhadap pedagang. Ketika pelanggan merasa dihargai dan diperlakukan dengan baik, maka pelanggan akan memiliki kecenderungan untuk kembali melakukan pembelian pada tempat yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan (Efendi dkk., 2024).

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha, khususnya pada lingkungan pasar tradisional. Pelanggan yang merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan cenderung memiliki hubungan yang lebih baik dengan pedagang sehingga muncul rasa percaya dalam proses transaksi jual beli. Kepercayaan tersebut memberikan pengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha karena pelanggan lebih memilih melakukan pembelian kembali pada pedagang yang sama dibandingkan beralih kepada pedagang lain.

Selain berperan dalam mempertahankan pelanggan, pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan citra usaha di lingkungan masyarakat. Pedagang yang dikenal memiliki sikap ramah dan sopan umumnya lebih mudah memperoleh kepercayaan dari pelanggan. Dalam aktivitas pasar tradisional, hubungan sosial antara penjual dan pembeli menjadi faktor yang penting karena interaksi dilakukan secara langsung dan berkelanjutan.

Pada umumnya, pelanggan tidak hanya memperhatikan kualitas barang yang ditawarkan, tetapi juga cara pedagang memberikan pelayanan. Pelayanan yang mampu menciptakan rasa nyaman saat berbelanja dapat mendorong pelanggan untuk kembali melakukan pembelian (Neneng & Zega, 2024). Oleh sebab itu, kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang efektif dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Pelayanan yang baik terbukti memberikan dampak positif terhadap keberhasilan usaha. Hal tersebut terlihat dari pengalaman informan yang telah menjalankan usaha penjualan ikan selama kurang lebih 21 tahun dan masih mampu mempertahankan pelanggan hingga saat ini. Keberhasilan usaha tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk yang dijual, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pedagang dalam membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang memuaskan.

Keberhasilan usaha yang mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan penting dalam kegiatan usaha (Imammudin & Ahmadi, 2025). Dalam persaingan di pasar tradisional, pedagang tidak hanya dituntut menyediakan produk yang berkualitas, tetapi juga harus mampu memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Pada umumnya, pelanggan lebih tertarik kepada pedagang yang bersikap ramah, mudah berkomunikasi, serta mampu menciptakan kenyamanan selama proses transaksi berlangsung (Zachra & Ramadhan, 2025).

Selain itu, pelayanan yang baik dapat menjadi nilai tambah bagi suatu usaha. Di tengah kondisi banyaknya pedagang yang menawarkan produk serupa, kualitas pelayanan menjadi faktor pembeda antara satu pedagang dengan pedagang lainnya. Dengan demikian, pelayanan yang berkualitas dapat dijadikan sebagai salah satu strategi untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif (Ahmad, 2024).

Menurut informan, sikap ramah dan komunikasi yang baik sangat berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Pelanggan yang merasa nyaman biasanya akan kembali membeli dan bahkan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain. Kondisi tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dan keberlangsungan usaha.

Selain sikap ramah, kejujuran merupakan aspek penting dalam proses pelayanan kepada pelanggan. Pedagang yang bersikap jujur cenderung lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pelanggan dibandingkan dengan pedagang yang kurang memperhatikan prinsip kejujuran dalam kegiatan berdagang. Kepercayaan ini berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga keberlangsungan usaha dapat terjaga dengan baik.

Dalam aktivitas usaha, kemampuan untuk memahami kebutuhan pelanggan juga menjadi faktor yang sangat penting dalam kualitas pelayanan. Pedagang yang mampu mengidentifikasi dan memahami kebutuhan pelanggan akan lebih mudah memberikan layanan yang tepat dan sesuai harapan (Apriliana & Sukaris, 2022). Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, yang kemudian memberikan kontribusi positif terhadap keberhasilan dan perkembangan usaha.

Keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga oleh kemampuan usaha tersebut dalam mempertahankan keberlangsungannya dalam jangka panjang. Usaha yang mampu bertahan umumnya memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan. Hubungan tersebut dapat dibangun melalui pelayanan yang berkualitas, komunikasi yang santun, serta kemampuan pedagang dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan (Astriyani, 2024).

Dalam lingkungan pasar tradisional, pelayanan menjadi salah satu faktor penting yang dapat menciptakan daya tarik bagi pelanggan. Pedagang yang memberikan pelayanan secara ramah, sopan, dan jujur cenderung lebih mudah memperoleh kepercayaan serta perhatian pelanggan dibandingkan pedagang yang kurang memperhatikan kualitas pelayanan. Dengan demikian, pelayanan dapat dijadikan sebagai salah satu strategi penting dalam menghadapi persaingan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, pengalaman berdagang selama 21 tahun menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlangsungan usaha. Pelayanan yang diberikan secara optimal mampu membantu pedagang dalam mempertahankan pelanggan serta menjaga kestabilan usaha secara berkelanjutan dalam jangka waktu yang panjang.

Komunikasi merupakan salah satu unsur penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Komunikasi yang baik dapat membantu menciptakan hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli. Dalam aktivitas jual beli di pasar tradisional, komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menawarkan barang dagangan, tetapi juga berperan dalam menciptakan kenyamanan bagi pelanggan selama proses transaksi berlangsung (Yosep & Septemuryantoro, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian, informan berupaya menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan melalui sikap ramah, sopan, serta penggunaan bahasa yang santun. Sikap tersebut memberikan kesan positif kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa dihargai ketika melakukan pembelian.

Selain itu, komunikasi yang baik dapat membantu pedagang memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pelanggan yang merasa didengarkan dan dilayani dengan baik cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap pelayanan yang diberikan. Oleh sebab itu, kemampuan berkomunikasi menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung keberhasilan usaha di pasar tradisional (Kembang & Kalbuadi, 2024).

Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan sering memberikan tanggapan positif terhadap pelayanan yang diberikan. Beberapa pelanggan menyampaikan rasa terima kasih dan merasa nyaman saat berbelanja. Bahkan, terdapat pelanggan yang memberikan tambahan dalam proses jual beli sebagai bentuk kepuasan terhadap pelayanan yang diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memberikan dampak baik terhadap keberlangsungan usaha (Hasil wawancara dengan Ibu Haslinda, pedagang ikan di Pasar Sri Gading Air Molek, 2026).

Pelayanan yang baik juga dapat menjadi strategi dalam menghadapi persaingan usaha di pasar tradisional. Di tengah banyaknya pedagang yang menjual produk serupa, pelayanan menjadi salah satu faktor pembeda yang dapat menarik perhatian pelanggan. Pedagang yang mampu memberikan pelayanan terbaik cenderung lebih mudah mempertahankan pelanggan dibandingkan pedagang yang kurang memperhatikan pelayanan (Sitepu dkk., 2024).

Tingkat persaingan usaha di pasar tradisional menuntut pedagang untuk mampu memberikan pelayanan yang lebih unggul dibandingkan dengan pedagang lainnya (Wibowo dkk., 2022). Ketika produk yang ditawarkan relatif serupa, kualitas pelayanan menjadi faktor pembeda utama yang dapat menarik minat pelanggan. Dengan demikian, pelayanan yang baik dapat dijadikan sebagai salah satu strategi penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah kompetisi pasar.

Pelayanan yang dilakukan secara konsisten juga berkontribusi dalam membentuk citra usaha yang positif di mata masyarakat. Pedagang yang dikenal memiliki sikap ramah dan jujur dalam melayani pelanggan umumnya lebih mudah memperoleh pelanggan tetap. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki keterkaitan yang erat dengan keberlangsungan serta perkembangan usaha dalam jangka panjang.

Keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari besarnya keuntungan yang diperoleh, tetapi juga dari kemampuan usaha untuk bertahan dalam jangka panjang. Dalam penelitian ini, pengalaman usaha selama 21 tahun menunjukkan bahwa pelayanan memiliki kontribusi penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Meskipun kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan usaha, para pedagang masih menghadapi berbagai kendala dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Salah satu kendala yang paling sering terjadi adalah ketika kondisi pasar sedang ramai oleh pengunjung. Dalam situasi tersebut, pedagang dituntut untuk mengeluarkan tenaga dan energi yang lebih besar agar pelayanan kepada pelanggan tetap berjalan dengan baik dan optimal (Hasil wawancara dengan Ibu Haslinda, pedagang ikan di Pasar Sri Gading Air Molek, 2026).

Kondisi pasar yang padat pengunjung menyebabkan pedagang harus bekerja dengan lebih cepat dalam melayani pelanggan. Pada situasi tersebut, pedagang dituntut untuk tetap mempertahankan kualitas pelayanan meskipun berada dalam kondisi lelah dan memiliki aktivitas yang tinggi. Kemampuan dalam mengelola komunikasi serta mempertahankan sikap ramah menjadi salah satu tantangan yang dihadapi oleh pedagang di pasar tradisional.

Meskipun demikian, kualitas pelayanan tetap perlu dijaga karena pelanggan sangat memperhatikan cara pedagang dalam memberikan pelayanan. Pelanggan umumnya akan merasa lebih nyaman apabila memperoleh pelayanan yang sopan, ramah, dan tanggap terhadap kebutuhan mereka. Oleh karena itu, pedagang perlu memiliki sikap sabar

serta kemampuan komunikasi yang baik agar kepuasan pelanggan tetap terjaga meskipun suasana pasar sedang ramai (Hamid, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, Imron & Fujiah menyatakan ketika banyak pembeli datang secara bersamaan, pedagang harus mampu melayani seluruh pelanggan dengan cepat tanpa mengurangi sikap ramah dan sopan (Imron & Faujiah, 2025). Kondisi ini memerlukan tingkat kesabaran, konsentrasi, serta kemampuan komunikasi yang baik agar pelanggan tetap merasa nyaman dan puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Meskipun demikian, informan penelitian tetap berupaya mempertahankan kualitas pelayanan walaupun berada dalam kondisi pasar yang padat. Upaya tersebut dilakukan karena pelayanan dipandang sebagai salah satu faktor penting dalam mempertahankan pelanggan serta mendukung keberhasilan usaha.

Upaya dalam mempertahankan kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pelayanan memiliki peranan yang penting dalam kegiatan usaha. Pedagang dituntut untuk tetap bersikap ramah dan sopan meskipun berada dalam kondisi lelah akibat tingginya jumlah pelanggan yang datang secara bersamaan (Ilahi & Arifuddin, 2022). Sikap tersebut dilakukan agar pelanggan tetap merasa nyaman dan memperoleh kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Pelayanan yang berkualitas juga mencerminkan bentuk tanggung jawab pedagang terhadap pelanggan. Pelanggan yang memperoleh pelayanan yang memuaskan cenderung merasa dihargai serta memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi kepada pedagang. Kepercayaan tersebut dapat membangun hubungan yang harmonis antara penjual dan pembeli sehingga mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

Selain itu, kemampuan pedagang dalam menghadapi kondisi pasar yang ramai menunjukkan adanya pengalaman dan keterampilan dalam menjalankan usaha (Qodri dkk., 2025). Pengalaman tersebut membantu pedagang dalam memahami cara memberikan pelayanan yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik dapat berkontribusi dalam menjaga keberlangsungan dan perkembangan usaha.

Selain berorientasi pada keuntungan, informan juga menerapkan nilai-nilai kejujuran dan keberkahan dalam berdagang sebagaimana dianjurkan dalam Islam. Informan menyampaikan bahwa tujuan berdagang bukan hanya untuk memperoleh keuntungan semata, tetapi juga untuk memperoleh fahalah atau keberkahan dunia dan akhirat (Hasil wawancara dengan Ibu Haslinda, pedagang ikan di Pasar Sri Gading Air Molek, 2026).

Nanda vita dkk., menyatakan dalam Islam, kegiatan berdagang harus dilakukan dengan cara yang baik dan jujur. Pedagang dianjurkan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, menjaga kualitas barang, serta menghindari tindakan yang merugikan pembeli. Sikap jujur dan pelayanan yang baik dapat menciptakan hubungan harmonis antara penjual dan pembeli (Nandavita dkk., 2025).

Penerapan nilai-nilai Islam dalam berdagang juga memberikan dampak positif terhadap kepercayaan pelanggan. Pelanggan akan merasa lebih nyaman ketika berbelanja kepada pedagang yang jujur dan ramah (Purwandari & Mukmin, 2025). Oleh karena itu, keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan berdagang, tetapi juga oleh penerapan nilai moral dan etika dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap keberhasilan usaha di Pasar Sri Gading Air Molek. Pelayanan yang ramah, sopan, komunikatif, dan jujur mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta membantu mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar tradisional (Febrianti & Rohman, 2024).

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan bukan hanya sekadar bentuk interaksi antara penjual dan pembeli, tetapi juga menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan usaha. Pelayanan yang dilakukan dengan baik mampu menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta membantu mempertahankan keberlangsungan usaha di pasar tradisional.

Dalam aktivitas jual beli di pasar tradisional, hubungan antara penjual dan pembeli tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup aspek sosial yang cukup kuat. Interaksi yang berlangsung secara berulang dapat membangun kedekatan emosional antara pedagang dan pelanggan, sehingga menciptakan rasa nyaman dalam setiap proses transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh

kualitas produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan pedagang dalam menjalin hubungan yang baik melalui pelayanan yang ramah dan konsisten.

Selain itu, keberlanjutan usaha sangat dipengaruhi oleh konsistensi pedagang dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang dilakukan secara terus-menerus dan stabil akan membentuk citra positif di mata pelanggan, sehingga tingkat kepercayaan masyarakat terhadap usaha tersebut menjadi lebih tinggi. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin besar pula peluang suatu usaha untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan di pasar tradisional.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di Pasar Sri Gading Air Molek melalui wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Pelayanan yang diberikan dengan sikap ramah, sopan, dan komunikatif mampu menciptakan kenyamanan bagi pelanggan sekaligus memperkuat hubungan antara penjual dan pembeli. Selain itu, pelayanan yang baik juga berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan tanggapan positif terhadap pedagang. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya memberikan dampak jangka pendek, tetapi juga berperan terhadap keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Keberhasilan usaha dari informan yang telah menjalankan usaha selama kurang lebih 21 tahun menunjukkan bahwa pelayanan merupakan salah satu faktor penting selain kualitas produk. Meskipun terdapat berbagai kendala, seperti kondisi pasar yang ramai, para pedagang tetap berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan yang penting dalam mendukung keberhasilan usaha di pasar tradisional, baik dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun loyalitas, maupun menjaga keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang ada.

#### Referensi

- Ahmad, H. S. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DINAS PASAR TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI PELAYANAN PEDAGANG. *JIMBIEN: JURNAL MAHASISWA MANAJEMEN, BISNIS, ENTREPRENEURSHIP*, 3(1), 47–55. <https://doi.org/10.36563/jimbien.v3i1.1182>
- Apriliansa, A., & Sukaris, S. (2022). ANALISA KUALITAS LAYANAN PADA CV. SINGOYUDHO NUSANTARA. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Astriyani, R. (2024). Pengaruh Lokasi, Modal, Kemampuan Usaha terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 2(2), 59–69. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v2i2.152>
- Efendi, E., Silalahi, M., Julyanthry, J., Candra, V., Putra, H. S., & Sinaga, O. S. (2024). PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENJAMIN KEBERLANGSUNGAN USAHA PADA BENGKEL ZUL KELUARGA JAYA PEMATANGSIANTAR. *Buletin Abdi Masyarakat*, 5(1), 45–58. <https://doi.org/10.47686/bam.v5i1.693>
- Febrianti, P. F., & Rohman, A. (2024). PERAN PENGUSAHA DAN PENGELOLA PASAR DALAM PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DI SIDOARJO. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(6). <https://doi.org/10.62281/v2i6.435>
- Hamid, A. M. (2022). Revitalisasi Pasar Tradisional Dalam Sudut Pandang Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kepuasan Pedagang di Pasar Lembang. *ADILLA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syari'ah*, 5(2), 51–68. <https://doi.org/10.52166/adilla.v5i2.3225>
- Haryadi, W., Sudiarti, N., Kurniawan, E., Ismawati, I., & Rachman, R. (2020). ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pedagang Ikan di Pasar Kerato). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 8(3), 204–214. <https://doi.org/10.58406/jeb.v8i3.571>
- Ilahi, A. A. A., & Arifuddin, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(1), 25–37. <https://doi.org/10.62861/jimat>
- Imammudin, Y., & Ahmadi, M. A. (2025). Peran Inovasi, Kualitas Produk, dan Strategi Perusahaan dalam Mendorong Keberhasilan Bisnis: Studi Literatur. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 978–989. <https://doi.org/10.62710/ww6cq881>
- Imron, I., & Faujiah, A. (2025). Implementasi Prinsip Pelayanan Syariah Pada Pedagang Kaki Lima Sentra Kuliner MSC (Mandiri Sociopreneur) Sarirogo. *Margin Eco: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 9(2), 232–245. <https://doi.org/10.32764/margin.v9i2.6481>
- Irawan, F. (2026). Analisis Jaringan Sosial Dalam Keberlanjutan Usaha Mikro Di Pasar Tradisional. *JURNAL ECONOMINA*, 5(2), 552–559. <https://doi.org/10.55681/economina.v5i2.1905>
- Kasto, & Aminulloh, A. (2024). ANALISIS RAGAM TRANSAKSI JUAL BELI DI PASAR MODERN DAN TRADISIONAL DALAM PANDANGAN EKONOMI SYARIAH. *Journal of Islamic Studies*, 1(5), 614–625. <https://doi.org/10.61341/jis/v1i5.049>
- Kembang, L. P., & Kalbuadi, A. (2024). Meningkatkan Keterampilan Pemasaran Bagi Pedagang Pasar Tradisional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi Dan Perubahan*, 4(3). <https://doi.org/10.59818/jpm.v4i3.749>
- Nandavita, A. Y., Salsabila, P., Zaxhela, D. M., & Nuraini, N. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pedagang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pedagang Hasil Bumi di Pasar Koga Bandar Lampung). *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 2259–2270. <https://doi.org/10.62710/km5nwh92>
- Neneng, I. S., & Zega, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Memilih Minimarket di Kecamatan Sipora Utara. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.70134/jukoni.v1i1.19>
- Purwandari, E., & Mukmin, A. (2025). Nilai-Nilai Etika Bisnis Islam dalam Praktik UMKM Dendeng Pucuk Ubi Wak Idah. *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(1), 19–28. <https://doi.org/10.33477/eksy.v7i1.9858>

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.9204>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

17. Putri, A. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 584–593. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1090>
18. Qodri, M. A., Wulandari, S., Safina, W. D., & Siregar, H. (2025). Pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang Dan Jaringan Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada Pedagang Pakaian Pusat Pasar Medan. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 7(3), 1036–1047. <https://doi.org/10.36985/fkd96648>
19. Sitepu, K. P., Anisa, P., Sitio, J. O. T., & Tampubolon, S. A. J. (2024). STRATEGI PEMASARAN PEDAGANG PASAR TRADISIONAL MENGHADAPI PERSAINGAN dengan PASAR MODERN (Study Kasus Pada Pasar Kemiri Sp. Limun Kota Medan). *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 2(10), 101–113. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i10.2645>
20. Suhada, D. I., Rahmadani, D. R., Rambe, M., Fattah, M. A. F., Hasibuan, P. F., Siagian, S., & Wulandari, S. (2022). Efektivitas Para Pelaku Ekonomi dalam Menunjang Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(10), 3201–3208. <https://doi.org/10.47492/jip.v2i10.1315>
21. Suwanto, V. L., Theodore, D., Syam, A., & Ardyan, E. (2025). Peran Mediasi Kepercayaan Pelanggan Di E-Commerce: Kepuasan Pembayaran, Kepuasan Setelah Pengiriman Dan Sikap Pelanggan. *Nobel Management Review*, 6(1), 16–32. <https://doi.org/10.37476/nmar.v6i1.5080>
22. Wibowo, F., Khasanah, A. U., & Putra, F. I. F. S. (2022). Analisis Dampak Kehadiran Pasar Modern terhadap Kinerja Pemasaran Pasar Tradisional Berbasis Perspektif Pedagang dan Konsumen di Kabupaten Wonogiri. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 53–65. <https://doi.org/10.23917/benefit.v7i1.16057>
23. Yosep, H., & Septemuryantoro, S. A. (2023). Upaya Komunikasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Front Office Department All Stay Hotel Semarang. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 8(3), 186–195. <https://doi.org/10.56743/jstp.v8i3.274>
24. Zachra, A. N., & Ramadhan, A. (2025). Upaya pedagang dalam meningkatkan pendapatannya di Pasar Tradisional Sabtu. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 5(2), 573–586. <https://doi.org/10.53088/jerps.v5i2.2057>
25. Zanuba, M. A., & Zamrudi, M. F. Y. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Usaha Terhadap Loyalitas Pelanggan di Toko Grosir Mutmainah Kudus dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 5(1), 263–272. <https://journal-ikadi.com/ojs/index.php/assyirkah/article/view/545>