

Penguatan Ekonomi Masyarakat melalui Pengembangan Pasar Tradisional *Pala Pendem Pardijaka21* Berbasis Budaya Lokal di Desa Sidomulyo, Kabupaten Madiun

Wiwin Juliyanti¹, Estuning Dewi Hapsari², Dedy Richi Rizaldy³, Rizqi Husaini⁴, Puput Jianggimahastu⁵, Fatriya Adamura⁶
^{1,2,3,4,5,6} Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Received : 15 April 2026, Revised : 29 April 2026, Published : 11 Mei 2026

Corresponding Author

Nama Penulis: Wiwin Juliyanti
E-mail: wiwin@unipma.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi masyarakat melalui pengembangan Pasar Tradisional Pardijaka21 berbasis budaya lokal di Desa Sidomulyo, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Madiun. Pardijaka21 merupakan aktivitas ekonomi kreatif yang diselenggarakan secara rutin setiap hari Minggu dengan menghadirkan produk olahan lokal "pala pendem", yaitu umbi-umbian dan kacang-kacangan khas masyarakat Jawa yang memiliki nilai gizi dan budaya. Permasalahan utama yang dihadapi adalah belum optimalnya pengelolaan dan pemanfaatan potensi pasar sebagai penggerak ekonomi berbasis kearifan lokal. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui observasi, pendampingan, dan penguatan nilai ekonomi serta budaya lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa keberadaan Pardijaka21 mampu meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat, memperkuat interaksi sosial berbasis gotong royong, serta melestarikan nilai budaya lokal melalui pemanfaatan produk tradisional. Dengan demikian, pengembangan pasar tradisional berbasis budaya lokal menjadi strategi yang efektif dalam mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

Kata kunci - ekonomi masyarakat, pasar tradisional, budaya lokal, pemberdayaan, ekonomi kreatif

Abstract

This community service activity aims to strengthen the local economy through the development of the Pardijaka21 traditional market based on local culture in Sidomulyo Village, Sawahan District, Madiun Regency. Pardijaka21 is a creative economic activity held regularly every Sunday, featuring local processed products based on "pala pendem", which refers to traditional Javanese root crops and legumes with both nutritional and cultural value. The main problem addressed is the suboptimal management and utilization of the market's potential as a driver of a culture-based local economy. This activity was carried out using a participatory approach through observation, assistance, and strengthening of economic and cultural values. The results indicate that Pardijaka21 contributes to increasing community economic activities, strengthening social interaction based on mutual cooperation, and preserving local cultural values through traditional products. Therefore, the development of traditional markets based on local culture is an effective strategy to support sustainable community economic empowerment.

Keywords: - ocal economy, traditional market, local culture, empowerment, creative economy

How To Cite : Juliyanti, W., Hapsari, E. D., Rizaldy, D. R., Husaini, R., Jianggimahastu, P., & Adamura, F. (2026). Penguatan Ekonomi Masyarakat melalui Pengembangan Pasar Tradisional Pala Pendem Pardijaka21 Berbasis Budaya Lokal di Desa Sidomulyo, Kabupaten Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 4(4), 4857 - 4862. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i4.1306>

Copyright ©2026 Wiwin Juliyanti, Estuning Dewi Hapsari, Dedy Richi Rizaldy, Rizqi Husaini, Puput Jianggimahastu, Fatriya Adamura

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Penguatan ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal merupakan salah satu strategi penting dalam mendukung pembangunan desa yang berkelanjutan. Pemanfaatan sumber daya lokal tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga berperan dalam menjaga identitas budaya serta kearifan lokal yang dimiliki. Pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya menjadi pendekatan yang relevan karena mampu mengintegrasikan nilai ekonomi dan nilai sosial budaya dalam aktivitas produktif masyarakat.

Desa Sidomulyo, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Madiun merupakan wilayah pedesaan yang memiliki karakteristik sosial yang kuat dalam menjunjung nilai gotong royong, kebersamaan, dan kehidupan berbasis budaya lokal. Sebagian besar masyarakat bermata pencaharian di sektor pertanian dan usaha mikro berbasis rumah tangga, sehingga memiliki potensi dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis sumber daya yang tersedia. Selain itu, keberadaan berbagai aktivitas ekonomi masyarakat yang berbasis tradisi menjadi kekuatan dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif desa.

Pasar tradisional sebagai bagian dari sistem ekonomi lokal memiliki peran strategis tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan pelestarian budaya (Musaddad et al., 2019). Keberadaan pasar tradisional berbasis budaya lokal mampu menjadi sarana pemberdayaan masyarakat yang efektif, terutama dalam mengembangkan produk-produk khas daerah (Fauzi, 2019). Berbagai kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat melalui inovasi, pendampingan, dan pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha berbasis lokal (Juliyanti et al., 2023; Juliyanti et al., 2024; Juliyanti et al., 2025; Juliyanti et al., 2026).

Salah satu bentuk implementasi ekonomi kreatif berbasis budaya lokal di Desa Sidomulyo adalah kegiatan Pasar Tradisional Pardijaka21 yang diselenggarakan di lingkungan RT 21 Sidorejo. Kegiatan ini dilaksanakan secara rutin setiap hari Minggu dan menghadirkan berbagai produk olahan lokal, khususnya berbasis *polo pendem*, yaitu umbi-umbian dan kacang-kacangan yang tumbuh di dalam tanah dan memiliki nilai gizi serta makna budaya dalam tradisi masyarakat Jawa. Dalam praktiknya, *polo pendem* tidak hanya berfungsi sebagai sumber pangan, tetapi juga menjadi simbol kesederhanaan, rasa syukur, serta kedekatan manusia dengan alam yang sering disajikan dalam tradisi selamatan.

Selain sebagai aktivitas ekonomi, Pardijaka21 juga menghadirkan nuansa budaya Jawa yang kental melalui jenis produk, suasana pasar, serta interaksi sosial masyarakat yang menjunjung tinggi nilai gotong royong. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai media pelestarian budaya dan penguatan identitas lokal Masyarakat (Yulianti et al., 2021). Namun demikian, potensi yang dimiliki oleh Pardijaka21 belum sepenuhnya dioptimalkan sebagai penggerak ekonomi masyarakat. Mriyanti et al., (2020) dan Susanto (2019) menjelaskan bahwa pengelolaan pasar yang masih bersifat sederhana serta belum adanya strategi pengembangan yang terarah menjadi tantangan dalam meningkatkan kontribusi ekonomi secara maksimal. Padahal, dengan pengelolaan yang lebih inovatif dan terstruktur, pasar tradisional berbasis budaya lokal memiliki peluang besar untuk berkembang menjadi pusat ekonomi kreatif bahkan destinasi wisata berbasis budaya (Setiawati dan Rozinah, 2020).

Pendampingan dan penguatan kapasitas masyarakat menjadi langkah strategis dalam mengoptimalkan potensi tersebut. Berbagai hasil pengabdian menunjukkan bahwa intervensi melalui pelatihan, pendampingan, serta inovasi dalam pengelolaan usaha mampu meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas jangkauan pasar (Juliyanti et al., 2024; Juliyanti et al., 2026). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memperkuat ekonomi masyarakat melalui pengembangan Pasar Tradisional Pardijaka21 berbasis budaya lokal di Desa Sidomulyo. Mustafa (2017) dan Amelia (2020) mengungkapkan melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengelola pasar secara lebih optimal sekaligus melestarikan nilai budaya lokal sebagai bagian dari strategi pemberdayaan ekonomi yang berkelanjutan. (Muliawanti dan Susanti, 2020).

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Sidomulyo, Kecamatan Sawahan, Kabupaten Madiun dengan melibatkan 7 mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T)

Berdampak Tahun 2026 Universitas PGRI Madiun di bawah bimbingan Dosen Pembimbing Lapangan Wiwin Juliyanti. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan mitra secara aktif dalam setiap proses kegiatan.

Tahap persiapan dilakukan melalui koordinasi dengan mitra serta survei awal pada tanggal 11 Januari 2026 untuk mengidentifikasi kondisi usaha, jenis produk, serta kebutuhan pengembangan UMKM yang tergabung dalam kegiatan Pardijaka21. Hasil survei digunakan sebagai dasar dalam merancang program pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra, khususnya dalam aspek penguatan identitas usaha dan promosi.



Gambar 1. Kegiatan Penyerahan Logo dan Label oleh Tim Mahasiswa UNIPMA kepada Pengelola Pardijaka21

Tahap pelaksanaan dilaksanakan pada tanggal 17–18 Januari 2026 melalui kegiatan pendampingan yang meliputi pembuatan label produk, penentuan nama lapak, serta pengembangan media sosial sebagai sarana promosi digital. Selain itu, dilakukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan media sosial kepada pelaku UMKM agar mampu mengelola akun secara mandiri dan efektif dalam meningkatkan jangkauan pemasaran. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara interaktif dan aplikatif sehingga mitra dapat langsung mempraktikkan hasil pendampingan.

Tahap evaluasi dilakukan dengan mengamati tingkat pemahaman dan keterampilan mitra dalam mengelola identitas usaha dan media promosi digital yang telah dibuat. Evaluasi juga dilakukan melalui respon dan partisipasi mitra selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial serta kesadaran akan pentingnya branding dalam mendukung pengembangan usaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam pengembangan Pasar Tradisional Pardijaka21 di Desa Sidomulyo menunjukkan hasil yang positif dalam upaya penguatan ekonomi masyarakat berbasis budaya lokal. Kegiatan ini dilaksanakan melalui tahapan survei, pendampingan, serta implementasi media promosi digital yang melibatkan pelaku UMKM yang tergabung dalam kegiatan Pardijaka21.

Tabel 1. Tahapan dan Output Kegiatan Pengabdian

No	Tahap Kegiatan	Waktu	Kegiatan	Output
1	Survei Awal	11 Januari 2026	Identifikasi kondisi usaha dan kebutuhan UMKM	Data kebutuhan pengembangan UMKM Pardijaka21
2	Pendampingan	17 Januari 2026	Pembuatan label produk dan nama lapak	Label produk dan identitas usaha
3	Digitalisasi	17 Januari 2026	Pembuatan akun media sosial	Akun media sosial UMKM
4	Sosialisasi	18 Januari 2026	Pelatihan penggunaan media sosial	Peningkatan pemahaman promosi digital

Pada tahap awal, dilakukan survei untuk mengidentifikasi kondisi usaha dan kebutuhan pengembangan UMKM. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memiliki produk berbasis *polo pendem*, namun masih menghadapi kendala dalam aspek branding, pemasaran, dan pemanfaatan media digital. Selain itu, kegiatan Pardijaka21 masih bersifat lokal dan belum memiliki jangkauan promosi yang luas, sehingga potensi pasar sebagai penggerak ekonomi belum optimal. Selanjutnya, dilakukan kegiatan pendampingan berupa pembuatan identitas usaha yang meliputi label produk, penamaan lapak, serta pembuatan akun media sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk serta memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital. Selain itu, dilakukan sosialisasi dan pelatihan penggunaan media sosial agar pelaku UMKM mampu mengelola promosi secara mandiri dan berkelanjutan.



Gambar 2. Penggunaan Label Baru pada Produk di Pasar Tradisional Pardijaka21

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM dalam aspek branding dan pemasaran digital. Pelaku usaha mulai memahami pentingnya identitas produk dalam meningkatkan nilai jual serta mampu mengoperasikan media sosial sebagai sarana promosi. Hal ini berdampak pada meningkatnya visibilitas kegiatan Pardijaka21 serta potensi peningkatan jumlah pengunjung di masa mendatang. Untuk memperjelas hasil kegiatan, berikut disajikan ringkasan table:

Tabel 2. Perbandingan Kondisi Sebelum dan Sesudah Kegiatan

Aspek	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
Branding Produk	Belum memiliki label dan identitas usaha	Memiliki label produk dan nama lapak
Promosi	Bersifat konvensional dan terbatas	Menggunakan media sosial sebagai sarana promosi
Jangkauan Pasar	Terbatas pada lingkungan sekitar	Berpotensi menjangkau pasar lebih luas
Pemahaman Digital	Rendah	Meningkat

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan pendampingan berbasis partisipatif dan pemanfaatan media digital mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usaha secara lebih profesional. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa inovasi dan digitalisasi berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha berbasis lokal (Juliyanti et al., 2024; Juliyanti et al., 2025). Selain memberikan dampak ekonomi, kegiatan Pardijaka21 juga berkontribusi dalam pelestarian budaya lokal melalui pemanfaatan *polo pendem* sebagai produk unggulan. Kegiatan ini menjadi bentuk integrasi antara ekonomi dan budaya yang tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas lokal. Dengan demikian, pengembangan pasar tradisional berbasis budaya lokal memiliki potensi besar sebagai model pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam pengembangan Pasar Tradisional Pardijaka21

berbasis budaya lokal di Desa Sidomulyo telah mampu meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, terutama dalam aspek branding produk dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi, sehingga berkontribusi terhadap penguatan ekonomi masyarakat sekaligus pelestarian budaya lokal melalui produk berbasis *polo pendem*. Ke depan, diperlukan keberlanjutan pendampingan, khususnya dalam optimalisasi pengelolaan media sosial serta pengembangan strategi pemasaran yang lebih luas, disertai inovasi konsep pasar berbasis wisata budaya dan kolaborasi dengan berbagai pihak agar Pardijaka21 dapat berkembang sebagai pusat ekonomi kreatif desa yang berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas PGRI Madiun atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan KKN-T Berdampak Tahun 2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Sidomulyo, pengelola dan pelaku UMKM Pardijaka21, serta seluruh pihak yang telah berpartisipasi dan mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Annisa Aurindita. (2020). Pasar Tradisional: Pilar Peradaban Yang Arif, Berbudaya dan Kreatif Bagi Seluruh Generasi. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.32734/ee.v3i1.857>.
- Aziz, A. N., Juliyanti, W., Zahri, R. M., & Trisnasari, W. D. (2023). Pemasyarakatan dan Sharing Session terhadap Pengelolaan Pajak Dana Desa di Kecamatan Wungu Kabupaten Madiun. 02, 12–23.
- Fauzi, H. M. (2019). Analisis Kebijakan dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kabupaten Situbondo. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 3(2), 142. DOI: https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v3i2.459
- Haryanto, S. D., Juliyanti, W., Safira, A., & Ditta, A. (2022). Pendampingan Pencatatan Koperasi Berbasis Aplikasi Digital (Studi Kasus pada Koperasi Wanita " Mulya Abadi " Desa Bukur Kabupaten Madiun). 01, 33–43.
- Juliyanti, W., Adamura, F., Purwanto, H., Sidanti, H., & Zain, U. C. (2024). Pelatihan dan pendampingan UMKM Keripik Tempe Mbak Dewi Maospati berbasis teknologi informasi untuk peningkatan SDM berdaya saing di era digitalisasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(1), 32-37. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i1.767>
- Juliyanti, W., Purwanto, H., Sidanti, H., Adamura, F., & Hapsari, E. D. (2024). Inovasi dan Branding untuk Keberlanjutan: Optimalisasi Limbah Kayu UD. Sumber Jati menjadi Produk Bernilai Tinggi di Era Digital . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(9), 4256–4263. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i9.1676>
- Juliyanti, W., Purwanto, H., Sidanti, H., Adamura, F., & Hapsari, E. D. (2025). Digitalisasi Produk Lokal: QR Code sebagai Solusi Pencatatan Keuangan UMKM Tas Anyaman My Keranjang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 594–599. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2256>
- Juliyanti, W., Sari, E. W., Aziz, A. N., & Candrani, A. D. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Point of Sales Qasir pada Asosiasi UMKM Madiun sebagai Upaya Mewujudkan UMKM Go Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat" Wiryakarya*, 2(01).
- Juliyanti, W., Sari, E. W., Aziz, A. N., Sihura, B. A., Ningrum, C., Febriani, A. N., & Belawati, S. D. (2023). Sosialisasi Pemahaman Ketentuan Pajak 2022 Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Desa Klegen Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat" Wiryakarya"*, 2(02).
- Juliyanti, W., Adamura, F., Jiinggimahastu, P., & Husaini, R. (2025). Peningkatan Literasi Keuangan UMKM melalui Sosialisasi Pemisahan Keuangan Usaha dan Pribadi di Desa Jatirejo, Wonoasri, Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(9), 5046–5052. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i9.3437>
- Imriyanti, I., Ishak, R. A., Martosenjoyo, T., Beddu, S., Latif, M. S., Sampebulu, V., ... & Mushar, P. (2020). Pemberdayaan Masyarakat dalam Perencanaan Pasar Tradisional Terapung di Desa Bulucindea, Kecamatan Bungoro, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan. *Jurnal Tepat: Teknologi Terapan Untuk Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 18-26. DOI: https://doi.org/10.25042/jurnal_tepat.v3i1.73
- Muliawanti, L., & Susanti, D. (2020). Digitalisasi destinasi sebagai strategi pengembangan promosi pariwisata di Kabupaten Magelang. *Warta Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(02), 135-143. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v3i02.53>

- Musaddad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, S., & Wahyuni, E. (2019). Pembangunan pariwisata berkelanjutan di Indonesia. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 2(1).
- Mustafa, A. (2017). Potensi Pasar Tradisional Simabur Bagi Masyarakat di Nagari Simabur Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Spasial*, 2(1). DOI: <https://doi.org/10.22202/js.v2i1.1584>
- Purwanto, H., Sidanti, H., Rizaldy, D. R., & Juliyanti, W. (2025). Penguatan Entrepreneurship Melalui Sosialisasi Inovasi dan Repackaging Produk Bagi Pelaku UMKM Keripik Tempe di Kelurahan Kelun, Kecamatan Kartoharjo, Kota Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(3), 631–636. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i3.2264>
- Purwanto, H., Juliyanti, W., Sidanti, H., & Realita, T. N. (2025). Analisis fasilitas, harga tiket, daya tarik dan souvenir shopping pengaruhnya terhadap minat berkunjung kembali pada obyek wisata Telaga Sarangan Magetan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 8(2), 1050-1061. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v8i2.2144>
- Purwanto, H., Sidanti, H., Juliyanti, W., & Azhari, I. F. (2024). Kegiatan Pelatihan Optimalisasi Pemasaran dan Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan pada Home Industri Jenang Mbah Sumini Kab. Madiun . *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(11), 2758–2764. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v1i11.599>
- Sari, E. W., Juliyanti, W., & Audreyan, N. (2023). Pelatihan Pembuatan NPWP Online sebagai Strategi Pengembangan UMKM Desa Giripurno Berbasis Modernisasi. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 56-63. <https://doi.org/10.37802/society.v4i1.370>
- Setiawati, E., & Rozinah, S. (2020). Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Pengelolaan Usaha Rumahan di Tangerang Selatan. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 231-240. DOI: <https://doi.org/10.30651/aks.v4i2.2611> .
- Sidanti, H., Juliyanti, W., & Purwanto, H. (2024). Membangun Ekonomi Desa Melalui Penguatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM Desa Tempuran, Kecamatan Paron, Kabupaten Ngawi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(1), 42-47. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i1.770V>
- Susanto, R. Y. (2019). Potensi Pasar Tradisional Blimbing Bagi Masyarakat Di Sekitar Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 6(2), 39. DOI: <https://doi.org/10.33366/ref.v6i2.1203>
- Yulianti, D., Arif Musthofa, M., & Yatima, K. (2021). Analisis Peran Pasar Tradisional terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Lagan Tengah Kecamatan Geragai. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 65–76. DOI: <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.703> .