

ABSTRAK

Pasar tradisional menghadapi tantangan serius akibat persaingan dengan pasar modern dan e-market, yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung. Pasar tradisional seharusnya menjadi pusat ekonomi lokal yang berkelanjutan, sekaligus menjaga budaya setempat, menyediakan makanan segar dan berkualitas, serta menjadi tempat interaksi sosial dan kegiatan ekonomi masyarakat. Namun, kenyataannya, pasar tradisional sering mengalami penurunan jumlah pengunjung. Faktor-faktor seperti perubahan gaya hidup masyarakat yang lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan *modern*, minimnya promosi pasar tradisional, serta keterbatasan infrastruktur dan fasilitas yang kurang memadai dapat menjadi penyebabnya. Penurunan ini berdampak buruk pada ekonomi lokal, mengurangi pendapatan pedagang, dan bahkan dapat mengakibatkan tutupnya usaha.

Perubahan preferensi masyarakat yang mulai beralih dari pasar tradisional menjadi perhatian serius, karena berpotensi mengancam keberlanjutan pasar tradisional di masa depan. Pasar tradisional merupakan sumber penghidupan bagi banyak masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah. Oleh karena itu, keberadaannya perlu dijaga agar pelaku usaha di sektor ini tetap memiliki akses untuk memasarkan produk mereka. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti topik dengan judul "Strategi Meningkatkan Kunjungan ke Pasar Tradisional Berdasarkan Perilaku Konsumen dengan Metode K-Means dan SWOT (Studi Kasus: Pasar Wage Purwokerto)".

Solusi yang ditawarkan berupa beberapa strategi yang relevan dengan hasil analisis dari kedua pendekatan yaitu Clustering K-Means dan SWOT. Terdapat tiga strategi yang ditawarkan, diantaranya adalah memperbaiki atau meningkatkan infrastruktur fisik, meningkatkan kebersihan, dan digitalisasi layanan yang juga berfungsi sebagai branding atau promosi Pasar Wage Purwokerto.

Hasil penelitian ini menghasilkan temuan utama yang sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh peneliti. Penelitian dapat mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan Pasar Wage melalui analisis SWOT. Selain itu penelitian ini juga

menjawab bagaimana perilaku belanja konsumen dengan terbentuknya *cluster* melalui pendekatan K-Means. Terakhir, penelitian ini memberikan usulan strategi untuk peningkatan pengunjung Pasar Wage Purwokerto berdasarkan analisis yang telah dilakukan.

Kata kunci: Strategi peningkatan pengunjung, analisis SWOT, *Clustering* K-Means, Pola Belanja, Pasar Wage Purwokerto