

**STRATEGI PD PASAR DALAM MEREVITALISASI PASAR BERSEHATI  
KOTA MANADO**

**RIDWAN MIKHA C. MAMONTO**

**FLORENCE. D. J. LENGKONG**

**SALMIN DENGO**

[ridwanmamonto081@student.unsrat.ac.id](mailto:ridwanmamonto081@student.unsrat.ac.id)

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the strategy of PD Pasar in revitalizing the Bersehati market in Manado City. This study uses the SWOT method by taking questionnaire data as a data collection instrument. The design of this survey method is a mixed method. The processed data is the result of distributing questionnaires to 4 PD Pasar Manado leaders and 4 staff including the Managing Director, Denwas, Market Coordinator and Kabum as many as 8 respondents. This research uses SWOT analysis and Litmus Test. The results obtained show that there is an influence on the revitalization of the one-sided market, this means that the better the implementation of the market strategy, the better the results will be obtained.*

*Keywords : Strategy, SWOT, PD Pasar*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi PD Pasar dalam merevitalisasi pasar Bersehati Kota Manado. Penelitian ini menggunakan metode SWOT dengan cara mengambil data angket sebagai instrumen pengumpulan data. Desain dari metode survey ini adalah mixed method. Data yang diolah adalah hasil dari penyebaran angket kepada 4 Pimpinan PD Pasar Manado dan 4 staf yang meliputi Dirut, Denwas, Koordi Pasar dan kabum sebanyak 8 responden. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan Uji Litmus. Hasil yang diperoleh menunjukkan adanya pengaruh terhadap revitalisasi pasar bersehati, hal ini berarti semakin baik penerapan strategi pasar, maka akan semakin baik juga hasil yang akan didapatkan.

**Kata Kunci : Strategi, SWOT, PD Pasar**

## PENDAHULUAN

Otonomi daerah di Indonesia berlaku sejak 1 Januari 2001, dan tujuannya adalah agar setiap daerah otonom dapat memaksimalkan potensi daerahnya untuk menghasilkan pendapatan bagi kesejahteraan daerah dan proyek-proyek pembangunan.

Indikator terkini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia cenderung meningkat sejalan dengan percepatan ekspansi era globalisasi. Kondisi ekonomi dan sosial globalisasi yang membaik telah mengubah cara hidup tradisional dan kebutuhan manusia modern. Dengan demikian, beberapa perusahaan ritel muncul untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Banyak bisnis baru yang dibuka di daerah tersebut, dan salah satunya adalah pendirian ritel mutakhir. Toko-toko di kota-kota modern Indonesia menghadapi persaingan dari toko-toko dan supermarket modern lainnya, tetapi pertumbuhannya yang tidak terkendali juga mengancam pasar tradisional dan mata pencaharian pedagang lokal. Pasar tradisional lebih dari sekedar tempat membeli barang; mereka juga berfungsi sebagai tempat berkumpul dan simbol norma dan nilai budaya.

Pasal 1, 2, dan 3 Pasal 13 UU Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 diberlakukan melalui Program Revitalisasi Pasar Rakyat. Sejalan dengan itu, Pemkot Manado telah menyelesaikan agenda kegiatan mendesak yang bertujuan untuk menghidupkan kembali pasar tradisional kota. Rencana kebangkitan tersebut merupakan upaya untuk memastikan kelangsungan hidup pasar tradisional dengan mengatasi setiap dan semua masalah yang mungkin terjadi. Implementasi rencana tersebut dimaksudkan untuk meningkatkan kegiatan ekonomi di daerah tersebut,

meningkatkan kualitas hidup penduduk, dan mengubah citra pasar tradisional di daerah tersebut menjadi sesuatu selain pemukiman kumuh. Menghidupkan kembali pasar dengan memperbaiki infrastruktur fisik dan kepemimpinan kelembagaannya.

Pasar Tradisional adalah tempat usaha komersial yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN, BUMD, atau bekerjasama dengan swasta, sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pengembangan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan toko modern. Pemilik usaha kecil dan menengah, lembaga swadaya masyarakat, dan koperasi semuanya memiliki andil dalam menjalankan kios, kios, los, dan tenda tempat barang dibeli dan dijual melalui barter. Dengan memungut biaya masuk dan menyediakan lapangan kerja, Pasar Tradisional Kota Manado mendongkrak Pendapatan Asli Daerah (PAD) kota.

Pasar-pasar bersejarah Manado menghadapi ancaman berat dalam bentuk menjamurnya pasar-pasar baru yang lebih menarik di kota. Pasar yang ada di Kota Manado antara lain Pasar Bersehati, Pasar Pinasungkulan (Karombasan), Pasar Pandu, Pasar Bobo Bailang, Pasar Buha Mapanget, Pasar Restorasi Kayubulan, Pasar Tamara Mapanget, Pasar Anugerah Perkamil, dan Pasar Perumahan Nasional Paniki Dua, kata Lucky Senduk. , Direktur Utama (Direktur) PD Pasar Manado.

Pasar Daerah/Perusahaan Jasa (PD) bertujuan untuk meningkatkan profesionalisme di bidang ini. Saat berhadapan dengan toko-toko besar atau pasar mutakhir, pasar tampak seperti peluru ajaib. Pedagang yang tidak melakukan upaya apa pun untuk merevitalisasi pasar mereka menghadapi kenyataan pahit tentang

bagaimana toko modern secara bertahap tapi pasti menekan saingan tradisional mereka. Ketika penduduk setempat memilih untuk membelanjakan uang mereka di pasar modern, hal ini akan berdampak besar pada kesehatan ekonomi secara keseluruhan, terutama bagi para pedagang lokal. Pasar Bersehati di Kota Manado, pasar tradisional lainnya, mengalami nasib yang sama.

Namun dalam hal ini, Pasar Kota Manado masih kekurangan infrastruktur dan perhatian dalam mengelola potensi yang ada, yang merupakan kelemahan dalam proses revitalisasi Pasar Kota Manado dan dapat menjadi ancaman serius bagi para pedagang yang mulai mengambil tindakan yang dapat mempengaruhi revitalisasi pasar. dengan cara yang membuat pelanggan merasa mereka bukan prioritas. Selain itu, tujuan dan sasaran pasar tidak terpenuhi karena peraturan dan aturan dijalankan secara tidak benar. Padahal Peraturan Pemerintah Kota Manado Nomor 1 Tahun 2013 menyatakan bahwa semua pasar tradisional dikelola oleh PD Pasar, namun terlihat jelas masih banyak masyarakat yang tetap menggunakan tempat berjualan sebagai tempat tinggal meskipun bukan pedagang, dan itu ada juga pedagang yang belum menemukan tempat jualan khusus, terutama untuk barang-barang seperti ikan dan sayuran.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Penelitian Terdahulu

1. Alma Aurelia Datumola, Salmin Dengo, dan Helly Kolondam (2020) adalah penulis studi yang dikutip. Evaluasi Kebijakan Restitusi Pelayanan Kabupaten Minahasa di Pasar Tradisional (Studi di Pasar Tradisional Tondano Barat). Tujuan Studi Tujuannya adalah untuk menyelidiki akar penyebab gagalnya retribusi. Kajian ini membandingkan dan mengkontraskan objek pasar sebagai bagian dari penelitiannya, dan memuat pertimbangan

kebijakan pasar yang berkontribusi terhadap ketidakpuasan distribusi retribusi di pasar tradisional Tondano Barat. Dalam penyelidikan kualitatif ini, kami menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil retribusi tidak maksimal pada beberapa bulan karena banyaknya tanggal merah, namun target sudah tercapai. Retribusi memiliki tujuan yang sangat praktis dengan memberikan vendor lokasi terpusat untuk mendirikan toko dan dengan memudahkan pengunjung pasar untuk membeli barang yang mereka butuhkan. Peneliti dalam penelitian ini mengandalkan karya William N. Dunn (1999).

2. Rivaldo Mottoh, Florence D. Lengkong, dan Alden Laloma (2022). Mempelajari dampak dari kebijakan retribusi berbasis agama di kota Tomohon. Tujuan Studi Untuk tujuan memutuskan bagaimana melakukan tindakan hukuman. Kedua studi tersebut mengeksplorasi kebijakan pemerintah dalam penerapan retribusi pasar, namun fokusnya berbeda. Dalam penelitian kualitatif ini. Baik sumber daya manusia (dalam bentuk personel dengan pengetahuan dan kemampuan yang diperlukan untuk menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan) maupun sumber daya keuangan (dalam bentuk dana yang tersedia dan peralatan atau fasilitas yang tersedia) yang digunakan oleh kantor PD pasar harus terus ditingkatkan. Diharapkan para pimpinan dan petugas pemungut retribusi tetap sering berkomunikasi untuk terus menyelesaikan permasalahan antara petugas dan masyarakat melalui musyawarah dan mufakat, sehingga masyarakat pembayar retribusi mengetahui dengan baik aturan-aturan yang mengatur retribusi pasar. Peneliti disini menerapkan pengertian yang dikemukakan oleh Edward III (2010: 104).

3. Wasti Aprillia Bedes, Florence Lengkong, dan Gustaaf Buddy Tampi (2019) dikutip. Dendam Pasar Youtefa sebagai Sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Jayapura: Sebuah Studi bertujuan untuk melakukan hal itu. Tujuan Kajian Mempelajari rencana pemberlakuan pungutan pasar sebagai salah satu bentuk pembiayaan daerah (PAD). Kedua studi tersebut meneliti pasar sebagai subjek mereka dan berbicara tentang strategi pasar sampai batas tertentu; Namun, penelitian ini lebih cenderung menggambarkan retribusi pasar. Penelitian dalam penelitian ini menggunakan kerangka kerja Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT). Pegawai Pasar Youtefa memiliki pendidikan formal dan fungsional yang rendah, hal ini terlihat dari ketidakmampuan dan kompetensinya dalam pengelolaan keuangan daerah, khususnya penanganan penerimaan retribusi pasar. Efektivitas organisasi dan upaya untuk memaksimalkan retribusi pasar terhambat oleh rendahnya pengawasan dan penegakan hukum. Kurangnya kesadaran dan perhatian masyarakat umum dan dealer terhadap pembatasan yang ada. Kebijakan dan prosedur perencanaan pendapatan pungutan pasar yang tidak bergantung pada kinerja masa lalu. Peneliti di sini menggunakan kerangka kerja SWOT (untuk "kekuatan", "kelemahan", "peluang", dan "ancaman").
4. Tania Nayoan, Florence Lengkong, dan Very Londa (2021) adalah penulis studi yang dikutip. Kajian Pasar Rakyat di Desa Poopo Utara Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan: Dampak Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kebijakan revitalisasi Pasar Rakyat di Desa Poopo Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan dan pengaruhnya terhadap perekonomian lokal. Pokok bahasan pasar merupakan faktor pemersatu dan pembeda dalam temuan dan diskusi studi tentang kebangkitan pasar. Dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, penelitian ini menetapkan bahwa kebangkitan Pasar Rakyat Desa Poopo memiliki efek positif dan negatif pada pengelola pasar, pedagang, dan anggota masyarakat yang sering mengunjungi pasar sebagai pelanggan. Investigasi ini memanfaatkan Indirect Effect Indicator (Stynes di Disbudpar Banten, 2013).
5. Implementasi Kebijakan Pengelolaan Pasar Setia di Kota Tomohon adalah judul kajian yang dikutip di sini, yang ditulis oleh Birgita V. Runtuwene, Welson Rompas, dan Femmy Tulusan (2019). Tujuan studi ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut bagaimana Kota Tomohon telah menerapkan kebijakan pengelolaan Pasar Setia. Kebijakan pemerintah tentang pasar dan pengaruh manajemen pasar terhadap implementasi kebijakan adalah tempat penelitian tumpang tindih dan berbeda. Dalam kajian kualitatif ini, kami fokuskan dari segi pengorganisasian, interpretasi, dan aplikasi/implementasinya, Kebijakan Pengelolaan Pasar Iman Kota Tomohon masih belum sesuai atau belum berjalan dengan baik, dibuktikan dengan penelitian dan temuan di lapangan. . Gagasan Charles O. Jones digunakan dalam penelitian ini (Purwanto, 2015).

#### **Konsep strategi**

Wheelen dan Hunger (2012) berbagi pandangan bahwa strategi perusahaan terdiri dari serangkaian keputusan manajerial yang dibuat sepanjang waktu. Semuanya mulai dari menilai lingkungan eksternal dan

internal hingga mewujudkan rencana dan memantau keberhasilannya.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) perusahaan adalah metode umum untuk mengidentifikasi aspek-aspek ini secara sistematis.

Rangkuti (2014) menjelaskan bahwa dua komponen mendasar dari analisis SWOT adalah faktor eksternal yang tidak dapat dikendalikan dan faktor internal yang dapat dikendalikan.

Faktor Internal (Strength dan Weakness)

#### 1. Faktor Internal (Strengths dan Weaknesses):

Faktor internal mencakup aspek-aspek yang berasal dari dalam perusahaan dan mempengaruhi kinerja serta daya saingnya. Dalam analisis SWOT, faktor internal terbagi menjadi kekuatan (Strengths) dan kelemahan (Weaknesses). Kekuatan merujuk pada sumber daya, kapabilitas, dan atribut positif lainnya yang dimiliki oleh perusahaan, sedangkan kelemahan merujuk pada keterbatasan, kekurangan, atau kelemahan internal perusahaan. Beberapa poin yang dapat menjadi bagian dari faktor internal adalah:

- a. Milik perseorangan
- b. Uang dan perbankan
- c. Keuntungan dan kerugian internal organisasi
- d. Pengalaman sebelumnya dalam organisasi, baik positif maupun negatif.

#### 2. Faktor Eksternal (Opportunities dan Threats)

Faktor eksternal adalah hal-hal yang terjadi di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi keberhasilan dan strateginya. Dalam studi SWOT, faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Peluang adalah hal-hal di dunia luar yang dapat digunakan perusahaan untuk

menghasilkan uang atau maju, sedangkan ancaman adalah hal-hal yang dapat merugikan atau menghentikan perusahaan untuk berjalan dengan baik. Beberapa contoh faktor eksternal adalah:

- a. Pergeseran
- b. Sosiologi, politik, ideologi, dan ekonomi
- c. Opsi Pembiayaan
- d. Hukum dan peraturan
- e. Inovasi dalam Teknologi
- f. Urutan kejadian
- g. Konteks Ekologis

Dengan membandingkan elemen eksternal (peluang dan ancaman) dengan faktor internal (kekuatan dan kelemahan), Analisis SWOT membantu bisnis memahami posisi dan kondisinya. Dengan melakukan studi ini, organisasi dapat menunjukkan dengan tepat penyebab eksternal dan internal spesifik yang menimbulkan salah satu dari empat rangkaian pilihan strategis yang berbeda. Tanggapan strategis diperlukan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi. Analisis SWOT adalah alat yang berguna untuk menilai suatu situasi, tetapi tidak diharapkan untuk menyelesaikan setiap masalah. Namun, analisis SWOT membantu membedah tantangan menjadi potongan-potongan yang lebih mudah dikelola, memungkinkan terciptanya rencana yang lebih spesifik dan didasarkan pada pemahaman yang lebih dalam tentang perusahaan dan lingkungannya.

#### **Konsep revitalisasi pasar**

Menurut Juliaarta (2015), inisiatif rehabilitasi pasar lama diperlukan untuk menghidupkan kembali vitalitas ekonomi dan daya saing mereka dalam menghadapi persaingan dari pasar modern.

Program Revitalisasi Pasar Rakyat merupakan tindakan yang diambil sebagai

respon terhadap UU 7 Tahun 2014 yang mengatur tentang kegiatan niaga. Ayat (1), (2), dan (3) Pasal 13 undang-undang tersebut mewajibkan Pemerintah Pusat dan pemerintah daerah untuk bekerja sama memperkuat penyelenggaraan pasar rakyat.

Untuk mencapai tujuan tersebut, perlu dilakukan revitalisasi atau pengembangan pasar rakyat:

1. Mendorong Pasar Rakyat menjadi lebih modern: Program revitalisasi bertujuan untuk mengubah pasar rakyat menjadi lebih modern agar dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.
2. Meningkatkan pelayanan dan menjangkau kelompok konsumen dengan lebih baik: Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada konsumen, sehingga pasar rakyat dapat lebih efektif dalam menjangkau dan memenuhi kebutuhan kelompok konsumen.
3. Mewujudkan pasar rakyat yang modern, bersih, sehat, aman, segar, dan nyaman: Selain aspek modernisasi dan pelayanan, program revitalisasi juga fokus pada peningkatan kualitas fisik pasar rakyat. Tujuan utamanya adalah menciptakan pasar rakyat yang bersih, sehat, aman, segar, dan nyaman bagi konsumen.

### **Konsep pasar**

Menurut Kotler dan Armstrong (2011), pasar adalah jumlah pembeli produk saat ini dan masa depan. Jumlah orang yang memiliki keinginan dan terbuka untuk melakukan pembelian menentukan ukuran pasar. Beberapa pemasar memperlakukan interaksi antara pembeli dan penjual seolah-olah itu adalah pasar, di mana pelanggan selalu mendapatkan apa yang mereka bayar. Selain itu, penjual akan mengirimkan layanan atau produk yang dibeli kepada pelanggan.

Berikut ini adalah ciri-ciri pasar, sebagaimana dipahami dan dicirikan:

1. Di pasar, ada pembeli dan penjual.
2. Ada layanan atau produk yang dapat diperdagangkan
3. Ada pertukaran permintaan dan penawaran bolak-balik.
4. Langsung atau tidak langsung, ada komunikasi antara pembeli dan vendor.

Dua kategori utama pasar adalah:

1. Salah satu karakteristik pasar tradisional adalah pembeli dan penjual melakukan tawar-menawar secara tatap muka. Banyak barang yang dijual adalah barang-barang rumah tangga biasa.
2. Pasar modern adalah pasar swalayan di mana konsumen membeli dan menjual berbagai macam produk dengan harga yang ditetapkan. Saat ini, pasar cenderung bertempat di mal dan bangunan besar lainnya. Di pasar saat ini, bisnis dilakukan secara tidak langsung. Di mana harga ditandai dengan jelas, dan pelanggan melakukan pembelian seketika sesuai dengan label tersebut.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian metode campuran, yang menggabungkan teknik kuantitatif dan kualitatif, digunakan dalam penelitian ini. Adhiputra (2016) mengutip Branen (1993) dalam menyatakan bahwa menggunakan kedua pendekatan tersebut bersama-sama meningkatkan pemahaman seseorang tentang topik yang dibahas.

Objek dalam penelitian ini berada di Pasar Bersehati, Kota Manado, Prov. Sulawesi Utara. Alasan dipilihnya lokasi tersebut dengan pertimbangan melihat Pasar Bersehati belum ada penelitian disana yang terkait dengan strategi PD Pasar dalam merevitalisasi.

Peneliti kemudian akan mempertimbangkan informan saat melakukan penelitian:

1. Direksi PD Pasar Kota Manado
2. Dewan Pengawas PD Pasar Kota Manado
3. Koordinator. Pasar Bersehati
4. Staf/Karyawan PD Pasar Kota Manado

Peneliti dalam studi ini menggunakan teknik yang dikenal sebagai analisis SWOT, yang mengevaluasi kelangsungan hidup perusahaan dengan mempertimbangkan elemen internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Proses analisis SWOT memiliki empat langkah:

1. bagi informasi menjadi beberapa kategori, identifikasi elemen internal seperti kekuatan dan kelemahan serta elemen eksternal seperti peluang dan bahaya. Ketika informasi ini dikategorikan, tabel analisis SWOT adalah hasilnya.
2. Bandingkan faktor eksternal dengan faktor internal menggunakan analisis SWOT. Untuk melakukannya, kami akan menggunakan matriks SWOT.
3. Buatlah analisis SWOT. Pemeriksaan interaksi antara lingkungan internal dan eksternal perusahaan dapat diperoleh dari diagram ini. Penelitian ini akan menjelaskan keadaan perusahaan saat ini dan mengungkapkan peluang dan tantangan, serta solusi potensial.
4. Terakhir pengujian tingkat kestrategisan uji tes *Litmus*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal yang dilakukan di PD Pasar

### **Kekuatan (Strength)**

1. Produk yang di jual termasuk kebutuhan sehari-hari
2. Perusahaan milik daerah
3. Rasio karyawan relatif baik
4. Tempat yang strategis

5. Dukungan Peraturan

### **Kelemahan (Weakness)**

1. Promosi yang kurang luas
2. Efektifitas penagihan rendah yaitu 40%
3. Cakupan pelayanan relatif masih di bawah standar
4. Jaringan distribusi berumur tua (lebih dari 20 tahun)
5. Pembayaran tarif masih manual, belum secara online

### **Peluang (Opportunity)**

1. Harga jual yang kompetitif
2. Adanya Dukungan Pemprov dan Pemkab terkait
3. Perkembangan pemukiman di perkotaan
4. Semakin meningkatnya pangsa pasar (market share)
5. Pengaruh faktor musim pada penjualan

### **Ancaman (Threats)**

1. Adanya alternatif memperoleh kebutuhan dengan mudah
2. Penurunan daya beli masyarakat, khususnya pelanggan
3. Sering terjadinya pencurian / Hilangnya Barang
4. Adanya alternatif Pasar Modern / Tradisional
5. Kenaikan harga bahan baku

Berdasarkan analisis melalui matriks SWOT, maka diperoleh 9 rumusan strategi PD Pasar dalam merevitalisasi pasar bersehati kota Manado, yaitu:

### **Strategi (SO)**

1. Memaksimalkan lokasi strategis dalam pelayanan
2. Memberikan harga terjangkau demi meningkatkan kegiatan jual beli

### **Strategi (WO)**

1. Memperluas dan meningkatkan promosi yang dapat menarik perhatian konsumen

2. Melakukan kerjasama dengan pemerintah sekitar agar pelayanan tarif, dan penagihan bisa terkontrol

#### **Strategi (ST)**

1. Melakukan kerjasama yang baik untuk memuaskan konsumen
2. Melakukan pemantauan harga pasar agar produk yang dijual selalu sesuai

#### **Strategi (WT)**

1. Pemilik usaha bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukan
2. Menjaga kualitas produk

Uji Litmus dapat membantu Anda mengetahui seberapa strategis suatu masalah sebenarnya. Masalah strategis dievaluasi sebelumnya menggunakan tes Litmus. Kekhawatiran strategis adalah hal-hal yang berjalan dengan baik di semua dimensi, sementara masalah operasional adalah hal-hal yang berjalan buruk yang dimana antaranya merupakan isu strategi.

1. Memberikan harga terjangkau demi meningkatkan kegiatan jual beli (dengan skor 30 yang dimana sudah termaksud cukup strategis)
2. Melakukan kerjasama dengan pemerintah sekitar agar pelayanan tarif, dan penagihan bisa terkontrol (dengan skor 32 yang dimana sudah termaksud sangat strategis)
3. Melakukan kerjasama yang baik untuk memuaskan konsumen (dengan skor 32 yang dimana sudah termaksud sangat strategis)
4. Menjaga kualitas produk (dengan skor 31 yang dimana sudah termaksud sangat strategis)

#### **Penutup**

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa

kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi SO (strength dan opportunities) dengan memberikan harga terjangkau dapat meningkatkan kegiatan jual beli pasar yang tepat sasaran akan menghasilkan pendapatan yang baik untuk kedua belah pihak baik dari sisi pembeli dan pedagang, selain itu juga Memaksimalkan lokasi strategis dalam pelayanan dapat memberi citra yang baik dimata konsumen
2. Strategi ST (strength dan threats) Dengan melakukan kerjasama yang baik dari segi PD Pasar, pedagang, dan distributor dapat meningkatkan kepuasan konsumen, terkait juga dengan pemantauan harga pasar agar produk yang dijual selalu sesuai dengan kondisi yang ada pada saat itu juga.
3. Strategi WO (weakness dan opportunity) Dengan melakukan kerjasama antara pemerintah mengenai pelayanan tarif, dan penagihan retribusi pasar dapat mempermudah pengelolaan pasar serta pedagang yang berjualan, selain itu dengan memberikan pelatihan dan mengadakan sosialisasi dengan pedagang pasar bisa memberikan dampak terkait dengan pengelolaan yang ada di pasar. Dengan memperluas dan meningkatkan promosi pasar menarik perhatian bisa juga memberikan efek yang baik.
4. Strategi WT (weakness dan threats) Dengan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan pasar, pasar juga harus melakukan pemantau terhadap produk yang ditawarkan agar bisa menetapkan harga/kualitas yang kompetitif dengan pasar lainnya. Selain itu dengan meningkatkan keamanan dan kenyamanan pasar pemilik juga harus bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukan.

Berikut hasil kesimpulan dari analisis penelitian dan pembahasan tentang Strategi PD Pasar Dalam Merevitalisasi Pasar Bersehati Kota Manado, maka saya selaku



peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa hasil penelitian ini menunjukkan adanya strategi yang bersifat defensive (kuadran IV) dalam pengambilan data SWOT dan pengujian data uji litmus. Sehingga pengaruh strategi PD Pasar mengarah ke pengembangan strategi defensive atau strategi bertahan yang dimana strategi ini berada pada posisi tidak menguntungkan selain memiliki beragam ancaman, juga memiliki berbagai kelemahan internal.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian ini agar pasar bisa mencapai kuadran I strategi agresif (growth oriented strategy), maka dapat dikemukakan saran diantaranya :

PD Pasar, seharusnya mengikuti perkembangan zaman dalam menjalankan bisnis pasar

PD Pasar, harus melakukan evaluasi terhadap program dan kebijakan yang dijalankan agar pasar tersebut bisa bertahan dalam persaingan

Penambahan jumlah dan pembangunan sarana dan fasilitas juga sangat penting demi menjaga kenyamanan dan kualitas produk yang ditawarkan

Pasar juga harus mewaspadaai ancaman dan persaingan terhadap pasar modern lainnya meningkat dibidang pasar tradisional sekarang sudah kurang diminati.

### DAFTAR PUSTAKA

Datulmola, A. 2020. Evaluasi Kebijakan Retribusi Pelayanan Pasar Tradisional Di Kabupaten Minahasa (Studi Di Pasar Tradisional Tondano Barat) Jurnal Ilmu Administrasi Negara Vol.6, No.88 <https://ejournal.unsrat.ac.id>.

Nayoan, T. 2021. Dampak Ekonomi Kebijakan Revitalisasi Pasar (Studi di Pasar Rakyat Desa Poopo

Utara Kecamatan Ranoyapo Kabupaten Minahasa Selatan).

Jurnal Ilmu Administrasi Negara. Vol.7, No. 103

<https://ejournal.unsrat.ac.id>.

Bedes, A. 2019. Strategi Peningkatan Retribusi Pasar Youtefa Sebagai Salah Satu Sumber Pendapatan Asli Daerah Di Kota Jayapura Jurnal Ilmu Administrasi negara. Vol. 5, No.78 <https://ejournal.unsrat.ac.id>.

Mottoh, R. 2022 Implementasi Kebijakan Retribusi Pasar Beriman Di Kota Tomohon Jurnal Ilmu Administrasi Negara. Vol. 8, No. 121 <https://ejournal.unsrat.ac.id>.

Runtuwenne, B. 2019 Implementasi Kebijakan Pengelolaan Pasar Beriman Kota Tomohon Jurnal Ilmu Administrasi Negara. Vol. 5, <https://ejournal.unsrat.ac.id>.

Wheelen, T dan Hunger, D. 2012. Strategic Management and Business Policy.13th. Prentice Hall.

Sampurno, 2010, Manajajemen Stratejik:Menciptakan Keunggulan Bersaing yang Berkelanjutan, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Kasmir. (2013). Analisis Laporan Keuangan. Edisi 1. Cetakan Ke-6. Jakarta: Rajawali Pers.

Sedarmayanti. (2014). Bahan Ajar Manajemen Strategi Sektor Bisnis. Bandung : Sukses Bandung.

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pembangunan

- Dan Pengelolaan Sarana  
Perdagangan
- Lumempow, Stewart. “Dirut PD Pasar  
Manado Apresiasi Revitalisasi Pasar  
Bersehati” *Indobrita* ,2 Desember  
2019, Opini, indobrita.co
- Umar, Rhendi. “Target Tanggal 31 Mei  
2022, Pembangunan Pasar Bersehati  
Manado Masih Berantakan” *Manado  
TribunNews*, 24 Mei 2022, Opini,  
manado.tribunnews.com
- Idris, Muhammad. “Pengertian Pasar:  
Pengertian, Fungsi, Jenis, dan  
Contohnya” *Kompas*, 15  
September 2021, Opini,  
money.kompas.com
- Rompis, Arthur “Ini Hambatan Penyelesaian  
Revitalisasi Pasar Bersehati  
Manado” *Manado  
TribunNews*, 17 Mei 2022, Opini,  
manado.tribunnews.com
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014  
tentang Perdagangan, Pasal 13 ayat  
(1), (2), dan (3).
- Sistem Pemantauan Pasar Kebutuhan Pokok  
(SP2KP), Kementerian Perdagangan  
Republik Indonesia, (19 April 2016)  
diakses 11 Januari 2022