

STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KEPUASAN PEDAGANG DAN PENGUNJUNG PADA PASAR RAKYAT TOMBATU KABUPATEN MINAHASA TENGGARA

TRADITIONAL MARKET DEVELOPMENT STRATEGY AS AN EFFORT TO INCREASE THE SATISFACTION OF TRADERS AND VISITORS AT RAKYAT TOMBATU MARKET SOUTHEAST MINAHASA REGENCY

Oleh:

Anggiresta Putri Samaria Pangau¹

James D.D. Massie²

Debry Ch.A. Lintong³

¹²³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

¹anggirestapangau062@student.unsrat.ac.id

²jamesmassie@unsrat.ac.id

³debry_lintong@unsrat.ac.id

Abstrak: Pasar tradisional sangat berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan merupakan tulang punggung perekonomian yang tidak bisa dibiarkan. Pengelolaan Pasar Rakyat Tombatu terutama strategi pengembangan pasar sebagai upaya peningkatan kepuasan pedagang dan pengunjung sebagai konsumen menjadi fokus penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan pasar tradisional sebagai upaya peningkatan kepuasan pedagang dan pengunjung pasar Rakyat Tombatu. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisis melalui tahap matriks IFAS dan EFAS, diagram SWOT, dan matriks SWOT dapat diketahui bahwa jenis-jenis strategi yang tepat yang dapat diterapkan Pasar Rakyat Tombatu adalah strategi integrasi ke belakang, strategi penetrasi pasar, strategi integrasi horizontal, strategipengembangan produk, strategi pengembangan pasar, dan strategi modernisasi pasar.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Pasar Tradisional, Kepuasan Pedagang dan Pengunjung, Analisis SWOT

Abstract: Traditional markets is an important role in economic growth in Indonesia and are the backbone of the economy that cannot be ignored. The management of the Rakyat Tombatu Market, especially the development of strategies as an effort to increase the satisfaction of traders and visitors as consumers is the focus of this research. The purpose of this research is to find out the right strategy in development of traditional markets as an effort to increase the satisfaction of traders and visitors to the Rakyat Tombatu Market. The research method used in this research is descriptive qualitative. Sources of data in this research using primary data and secondary data. The results show that from the analysis through the IFAS and EFAS matrix, SWOT diagrams, and SWOT matrix, it can be seen that the right types of strategies that can be applied to the Rakyat Tombatu Market are backward integration strategy, market penetration strategy, horizontal integration strategy, product development strategy, market development strategy, and market modernization strategy.

Keywords: Strategy, Traditional Market Development, Traders and Visitors Satisfaction, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pembangunan adalah salah satu upaya untuk mewujudkan cita-cita negara yang adil, makmur dan sejahtera. Dalam rangka terciptanya kesejahteraan rakyat maka dibangunlah fasilitas-fasilitas umum seperti pasar tradisional. Dalam pembangunan dan pengelolaan sebuah pasar, sangat dibutuhkan strategi atau manajemen tata

kelola pasar yang baik dan terintergritas. Hal ini dilakukan agar terciptanya pasar yang baik demi kenyamanan para pedagang maupun masyarakat sebagai konsumen.

Pasar tradisional sangat berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan merupakan tulang punggung perekonomian yang tidak bisa dibiarkan, karena pasar ini melibatkan banyak pedagang yang relatif berskala kecil. Pasar tradisional harus selalu dijaga keberadaannya sebab ia adalah representasi dari ekonomi rakyat kelas bawah, serta tempat bergantung para pedagang skala kecil- menengah. Pengembangan dan pengelolaan pasar merupakan tanggung jawab pemerintah sebagai pelayanan sektor publik terhadap masyarakat karena dengan meningkatkan pengelolaan pasar yang efektif dan efisien akan meningkatkan pula kepuasan pedagang maupun masyarakat sebagai konsumen.

Kabupaten Minahasa Tenggara terdapat beberapa pasar tradisional, salah satunya yaitu pasar Rakyat Tombatu. Pasar Rakyat Tombatu memiliki pedagang yang cukup banyak dan pengunjung yang berdatangan untuk melakukan pembelian. Lokasinya sangat strategis sehingga memudahkan masyarakat mengunjungi pasar ini. Pasar Rakyat Tombatu merupakan pusat perekonomian masyarakat setempat karena sebagian besar masyarakat adalah petani, peternak, dan para pedagang, mereka menjual hasil pertanian baik itu sayuran, buah-buahan, juga kebutuhan pokok seperti sandang dan pangan. Jadwal Pasar Rakyat Tombatu dibuka pada hari Senin, Rabu, dan Sabtu, pada jam 05.00 – 13.00 WITA. Biasanya pada hari Sabtu banyak pengunjung yang datang berbelanja di pasar dibandingkan hari lainnya.

Mengacu pada Pemerintah Kabupaten Minahasa Tenggara, pemerintah telah menetapkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2017 tentang Bidang pengelolaan pasar merupakan pihak yang berwenang dalam pengelolaan pasar rakyat di Kabupaten Minahasa Tenggara. Pentingnya pelaksanaan pengelolaan pasar pada dasarnya dimaksudkan untuk menjaga agar kegiatan dalam suatu sistem pengelolaan pasar sesuai dengan aturan-aturan yang ditetapkan. Selain itu pengelolaan ini juga ditujukan untuk mengetahui kelemahan dan kekurangan yang dihadapi dalam pengelolaan pasar rakyat tersebut.

Akan tetapi, meskipun dalam pengelolaannya mempunyai tujuan untuk memberikan pelayanan kenyamanan serta keamanan, nyatanya tidak sepenuhnya menunjukkan keberhasilan. Hal ini disebabkan karena tingkat kenyamanan serta fasilitas sarana dan prasarana di Pasar Rakyat Tombatu yang kurang memadai seperti, tidak disediakan toilet dan lahan parkir oleh perusahaan melainkan menggunakan toilet dan lahan parkir milik pribadi oleh penduduk setempat yang disewakan, serta tidak disediakan jaringan listrik, kurangnya air bersih dan saluran pembuangan air limbah, serta kondisi pasar yang masih sangat kotor. Hal inilah yang menjadi masalah umum berkenaan dengan aturan yang seharusnya diwajibkan tapi nyatanya tidak sesuai dengan yang terjadi.

Bukan hanya itu saja, salah satu masalah yang terjadi dalam pengelolaan pasar rakyat di Kecamatan Tombatu yaitu ketentuan pembayaran retribusi, dimana pedagang harus membayar retribusi pelayanan pasar dan administrasi. Hal ini menjadi masalah dimana tidak semua pedagang membayar retribusi pasar dengan yang seharusnya, banyak pedagang pun mengeluh dikarenakan biaya retribusi yang terbilang sudah tinggi jika dibandingkan dengan biaya retribusi sebelumnya. Hal ini mengakibatkan bukan peningkatan kesejahteraan yang didapat, tetapi karena biaya retribusi yang tinggi sementara disisi lain hak-hak mereka kurang dipenuhi, pada akhirnya timbul ketidakpuasan dari para pedagang dan masyarakat sebagai konsumen pasar, bahkan pedagang lama tersingkir karena dianggap tidak sanggup membayar retribusi.

Permasalahan-permasalahan tersebut menjadi hal yang perlu diperhatikan pengelola pasar Rakyat Tombatu untuk melakukan pengembangan pasar dan perlu menerapkan strategi-strategi yang tepat agar kenyamanan serta keamanan pedagang dan pembeli lebih nyaman dan kondusif sehingga bisa meningkatkan kepuasan pedagang maupun pengunjung. Karena kepuasan pedagang dan pengunjung juga dapat mempengaruhi minat berdagang di Pasar Rakyat Tombatu. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pedagang di Pasar Rakyat Tombatu mengalami penurunan dari tahun 2020-2022.

Tabel 1. Jumlah Pedagang Pasar Rakyat Tombatu 2020-2022

Periode Data	2020	2021	2022
Jumlah Pedagang	200	194	189

Sumber: PUD Pasar Minahasa Tenggara

Dari tabel 1 dapat dilihat bahwa jumlah pedagang di Pasar Rakyat Tombatu mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena ketidakpuasan pedagang yang menganggap bahwa biaya retribusi yang terlalu tinggi sementara disisi lain tingkat kenyamanan dan fasilitas di pasar yang masih kurang memadai.

Pengelolaan Pasar Rakyat Tombatu terutama strategi pengembangan pasar sebagai upaya peningkatan kepuasan pedagang dan pengunjung sebagai konsumen menjadi fokus penelitian ini. Pada analisis situasi ini

menggunakan model analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis dari segi *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman) yang dihadapi perusahaan untuk merumuskan strategi perusahaan.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan pasar tradisional sebagai upaya peningkatan kepuasan pedagang dan pengunjung pasar Rakyat Tombatu.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Strategi

David (2019:3) mendefinisikan manajemen strategi adalah seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas-fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah sebuah rencana atau cara yang digunakan untuk mencapai tujuan secara keseluruhan.

Pasar Tradisional

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 53 Tahun 2008 tentang 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/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, yang berfungsi untuk melayani masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam aktivitas pasar tradisional kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti sayur, ikan, daging, buah-buahan, beras, jasa dan lain-lain.

Kepuasan Konsumen

Konsumen adalah orang yang menggunakan produk atau jasa yang dipasarkan. Kotler dan Amstong (2017: 163) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika harapan konsumen tersebut dipenuhi maka ia akan merasa puas, dan jika tidak sesuai harapan maka ia akan merasa kecewa. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil dari perbandingan konsumen sebelum dan sesudah menggunakan produk atau jasa yang dikonsumsi.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) adalah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Tujuan utama analisis SWOT adalah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta memeriksa peluang dan ancaman yang ada dalam organisasi/perusahaan. Rangkuti (2016:19), analisis SWOT yaitu membandingkan antara faktor eksternal peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*).

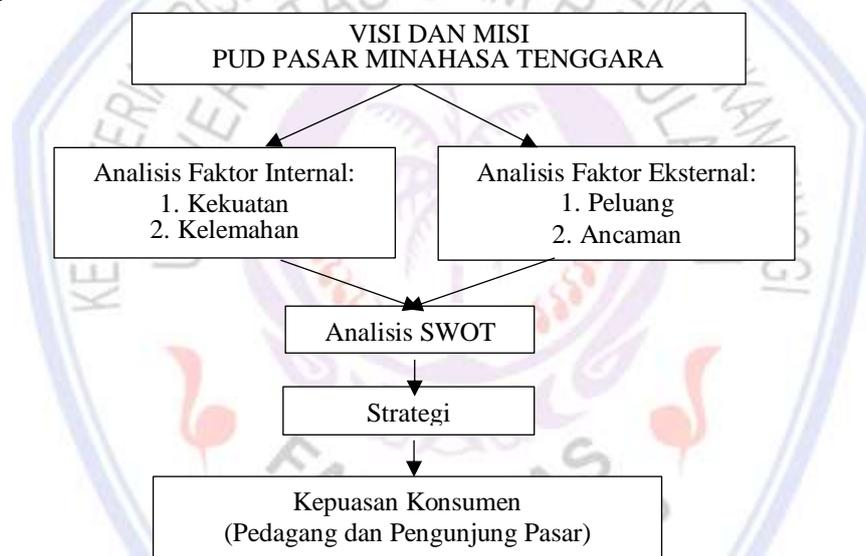
Penelitian Terdahulu

Wamaer, Tumbel, dan Soepeno (2022) dalam penelitian yang berjudul Penerapan Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran PT. Ivana Papua Cargo Express. Tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui Bagaimana Strategi Pemasaran Yang Dilakukan Oleh PT Ivana Papua Cargo. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil analisis IFAS, EFAS, Analisis SWOT kuantitatif, Analisis SWOT kualitatif dan BCG menunjukan faktor internal dengan total skor 3,46 sedangkan faktor eksternal memiliki total skor 3,2, sehingga PT Ivana Papua Cargo berada pada kuadran 1 yang menggambarkan bahwa situasi yang sangat baik karena ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan. Tingkat pertumbuhan perusahaan sebesar 15%, dan pangsa pasar $0,90 < 1$, sehingga perusahaan berada pada posisi Question Mark yang berarti perusahaan menghadapi pangsa pasar yang rendah akan tetapi dalam kondisi pertumbuhan pasar yang tinggi. Beberapa strategi yang harus dilakukan PT. Ivana Papua Cargo antara lain memperluas pangsa pasar, mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan, meningkatkan teknologi, meningkatkan kreatifitas sumber daya manusia.

Latief, Mandey, dan Tampenawas (2021) dalam penelitian yang berjudul Strategi SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Rumah Makan Padang Raya Santiago Sario Manado. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman, serta strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan pada UMKM Rumah Makan Padang Raya yang berada di Kecamatan Sario Manado dengan menggunakan metode analisis SWOT. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dengan analisis SWOT yang melalui tahap matriks EFE, IFE, SWOT kualitatif dan SWOT kuantitatif, bahwa nilai IFE=3,10 dan EFE=3,02 didapatkan berada pada kuadran I yaitu kuadran yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif sehingga jenis-jenis strategi yang sesuai untuk Rumah Makan Padang Raya di Kecamatan Sario Manado adalah strategi pengembangan pasar, pengembangan produk, penetrasi pasar, integrasi mundur, integrasi kedepan, dan diversifikasi konsentris. Maka dari itu perusahaan harus mempertahankan kebutuhan konsumen agar penjualan dapat bertahan ataupun meningkat.

Mamahit, Mandey, dan Rotinsulu (2021) dalam penelitian yang berjudul Strategi Pemasaran Jasa CV. Caritas Dei Nobiscum Untuk Meningkatkan Daya Saing. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang cocok untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dengan analisis SWOT menunjukkan bahwa dari hasil analisis melalui tahap matriks EFE, IFE, SWOT Kualitatif dan SWOT Kuantitatif didapatkan bahwa jenis-jenis strategi yang sesuai untuk CV. Caritas Dei Nobiscum adalah dengan menerapkan strategi pertumbuhan dikarenakan hasil penelitian memiliki hasil positif dikarenakan perusahaan berada pada kuadran I. Perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan dari perusahaan sehingga para konsumen akan lebih loyal.

Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian
(Sumber: Kajian Teori, 2022)

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini digunakan menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Arikunto (2007:3) penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan sesuatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain. Sugiyono (2016: 112) menyatakan bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, yang digunakan untuk meneliti suatu objek yang alamiah yang menjadikan peneliti sebagai instrumen kunci.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku kegiatan dan aktifitas pada Pasar Rakyat Tombatu, dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pimpinan PUD Pasar Minahasa Tenggara, pedagang, dan

pengunjung pada Pasar Rakyat Tombatu. Teknik Sampling yang digunakan yaitu *Purposive Sampling*. Sugiyono (2016: 218) *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik sampling ini dilakukan berdasarkan penilaian peneliti akan pengetahuan calon informan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Informan dalam penelitian ini merupakan semua pihak yang memahami dengan baik objek permasalahan penelitian, yaitu perwakilan dari unsur-unsur berikut:

1. Satu pimpinan PUD Pasar Minahasa Tenggara
2. Tiga puluh tujuh pedagang dengan kriteria sebagai berikut:
 - Lima pedagang sayur-sayuran dan buah-buahan
 - Lima pedagang ikan dan daging
 - Tiga pedagang sepatu dan sandal
 - Tiga pedagang sembako
 - Tiga pedagang perlengkapan-perengkapan rumah
 - Tiga pedagang kelontong kue
 - Tiga pedagang makanan
 - Tiga pedagang aksesoris dan perhiasan
 - Tiga pedagang pakaian berlabel
 - Tiga pedagang pakaian bekas (cabo)
 - Tiga pedagang barang elektronik
3. Lima pengunjung pasar/pembeli

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui survey secara langsung ke lapangan untuk mengetahui kondisi dan situasi di Pasar Rakyat Tombatu. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumen yang berkaitan dengan visi dan misi pasar PUD Pasar Minahasa Tenggara selaku pengelola Pasar Rakyat Tombatu, serta informasi pendukung lainnya yang berkaitan dengan Pasar Rakyat Tombatu.

Teknik Pengumpulan Data

Metode atau teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*Indepth Interview*), observasi, dokumentasi, dan Triangulasi.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu reduksi data, penyajian data, dan penerikan kesimpulan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

Tabel 2. Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) Pasar Rakyat Tombatu

	KEKUATAN	BOBOT	RATING	SKOR
1.	PUD Pasar dalam pengelolaan pasar bagus dengan adanya program pelaksanaan penertiban pedagang secara rutin	0.08	2	0.16
2.	Pembinaan dan sosialisasi kepada para pedagang sudah baik	0.10	3	0.30
3.	Lokasi pasar yang strategis, dekat dengan pemukiman penduduk sehingga mudah diakses	0.08	4	0.32
4.	Produk-produk di pasar bervariasi, dan kebutuhan-kebutuhan pokok tersedia	0.08	4	0.32
5.	Ketertiban yang dilakukan pengelola pasar cukup baik	0.08	3	0.24
6.	Perusahaan membantu menjaga kelancaran proses distribusi barang di pasar	0.08	3	0.24
	<i>Sub Total</i>	<i>0.50</i>		<i>1.58</i>

KELEMAHAN	BOBOT	RATING	SKOR
1. Kualitas dan kuantitas SDM masih kurang baik yaitu minimnya pengetahuan pedagang, serta kebiasaan pedagang yang selalu mengabaikan pembinaan dan sosialisasi terkait biaya retribusi dan upaya perusahaan dalam pengelolaan pasar	0.08	3	0.24
2. Aset bangunan yang diberdayakan belum maksimal sehingga banyak kios yang kosong tidak terpakai	0.08	3	0.24
3. Pengelolaan kebersihan belum cukup baik	0.08	4	0.32
4. Sirkulasi udara dan penataan pasar kurang proposional (sempit dan pengap)	0.10	4	0.40
5. Ketersediaan air bersih dan sistem irigasi pembuangan air limbah masih minim penanganannya	0.08	3	0.24
6. Penyediaan fasilitas umum belum maksimal, tidak menyediakan toilet dan jaringan listrik, serta lahan parkir yang kurang luas sering membuat kemacetan di depan pasar	0.08	3	0.24
<i>Sub Total</i>	<i>0.50</i>		<i>1.68</i>
TOTAL	1.00		3.26

Sumber: Data Olah, 2022

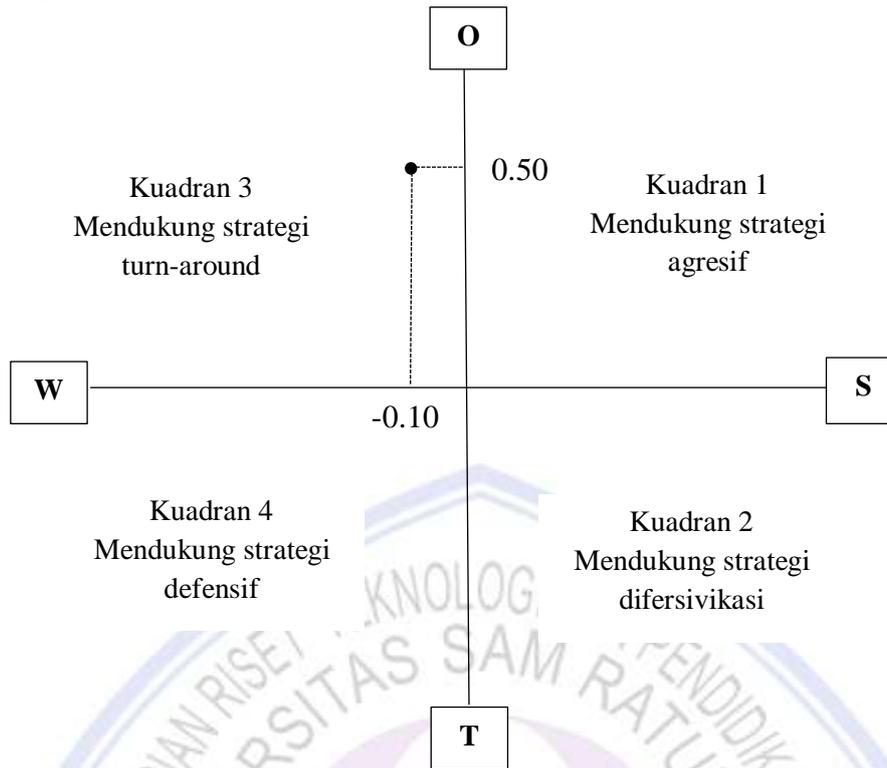
Hasil Analisis Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*)

Tabel 3. Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*) Pasar Rakyat Tombatu

PELUANG	BOBOT	RATING	SKOR
1. Tingginya minat untuk berdagang dan daya beli masyarakat di pasar	0.13	4	0.52
2. Bantuan pemerintah terkait kebijakan pengembangan dan penyegaran pasar	0.13	3	0.39
3. Pertumbuhan jumlah penduduk dapat meningkatkan minat berdagang dan daya beli masyarakat	0.10	3	0.30
4. Loyalitas konsumen (pedagang dan pembeli) dalam transaksi jual beli di pasar	0.10	3	0.30
5. Perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan dan pengembangan pasar	0.10	3	0.30
<i>Sub Total</i>	<i>0.56</i>		<i>1.81</i>
ANCAMAN	BOBOT	RATING	SKOR
1. Kenaikan harga komoditas dan harga produksi membuat daya beli masyarakat menurun karena pedagang juga akan menaikkan harga jualnya	0.13	4	0.52
2. Persaingan dengan pasar modern dan bertambahnya jumlah supermarket	0.07	3	0.21
3. Gagal panen dari para petani	0.07	2	0.14
4. Aturan pemerintah terkait retribusi yang dianaggap terlalu tinggi oleh masyarakat dapat menurunkan minat berdagang di pasar	0.10	3	0.30
5. Adanya perdagangan elektronik membuat masyarakat cenderung berbelanja secara online	0.07	2	0.14
<i>Sub Total</i>	<i>0.44</i>		<i>1.31</i>
TOTAL	1.00		3.12

Sumber: Data Olah, 2022

Hasil Analisis Diagram SWOT



Gambar 2. Diagram SWOT Pasar Rakyat Tombatu

Sumber: Data Olah, 2022

Hasil Analisis Matriks SWOT Pasar Rakyat Tombatu

Tabel 4. Matriks SWOT Pasar Rakyat Tombatu

	KEKUATAN (S)	KELEMAHAN (W)
IFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. PUD Pasar dalam pengelolaan pasar bagus dengan adanya program pelaksanaan penertiban pedagang secara rutin 2. Pembinaan dan sosialisasi kepada para pedagang sudah baik 3. Lokasi pasar yang strategis, dekat dengan pemukiman penduduk sehingga mudah diakses 4. Produk-produk di pasar bervariasi, dan kebutuhan-kebutuhan pokok tersedia 5. Ketertiban yang dilakukan pengelola pasar cukup baik 6. Perusahaan membantu menjaga kelancaran proses distribusi barang di pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas dan kuantitas SDM masih kurang baik yaitu minimnya pengetahuan pedagang, serta kebiasaan pedagang yang selalu mengabaikan pembinaan dan sosialisasi terkait biaya retribusi dan upaya perusahaan dalam pengelolaan pasar 2. Aset bangunan yang diberdayakan belum maksimal sehingga banyak kios yang kosong tidak terpakai 3. Pengelolaan kebersihan belum cukup baik 4. Sirkulasi udara dan penataan pasar kurang proposional (sempit dan pengap) 5. Ketersediaan air bersih dan sistem irigasi pembuangan air limbah masih minim penanganannya 6. Penyediaan fasilitas umum belum maksimal, tidak menyediakan toilet dan jaringan listrik, serta lahan parkir yang kurang luas sering membuat kemacetan di depan pasar
EFAS		

PELUANG (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingginya minat untuk berdagang dan daya beli masyarakat di pasar 2. Bantuan pemerintah terkait kebijakan pengembangan dan penyegaran pasar 3. Pertumbuhan jumlah penduduk dapat meningkatkan minat berdagang dan daya beli masyarakat 4. Loyalitas konsumen (pedagang dan pembeli) dalam transaksi jual beli di pasar 5. Perkembangan teknologi dapat dimanfaatkan dalam pengelolaan dan pengembangan pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan dan meningkatkan pelaksanaan penertiban, pembinaan dan sosialisasi kepada para pedagang secara rutin dengan memanfaatkan teknologi yang ada (S1, S2, S3, S5, O1, O4, O5) 2. Meningkatkan kelancaran proses distribusi barang di pasar dengan memanfaatkan bantuan pemerintah dan teknologi yang ada (S6, S4, S3, O2, O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pengarahan dan menjalin kerja sama yang baik kepada para pedagang agar dapat tercipta pengembangan dan pengelolaan pasar yang baik (W1, W3, O2, O5) 2. Meningkatkan pemberdayaan aset yang ada di pasar, kebersihan, dan penataan pasar agar minat berdagang konsumen di pasar Rakyat Tombatu semakin meningkat (O1, O2, O3, W2, W3, W4) 3. Menyediakan air bersih, saluran pembuangan air limbah, toilet, jaringan listrik, dan lahan parkir agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen (W5, W6, O2, O4, O5)
ANCAMAN (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Kenaikan harga komoditas dan harga produksi membuat daya beli masyarakat menurun karena pedagang juga akan menaikkan harga jualnya 2. Persaingan dengan pasar modern dan bertambahnya jumlah supermarket 3. Gagal panen dari para petani 4. Aturan pemerintah terkait retribusi yang dianaggap terlalu tinggi oleh masyarakat dapat menurunkan minat berdagang di pasar 5. Adanya perdaganagn elektronik membuat masyarakat cenderung berbelanja secara online 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaga kualitas barang dagangan dan ketersediaan kebutuhan-kebutuhan pokok agar tidak kalah bersaing dengan pasar modern dan perdagangan elektronik (S4, S6, T2, T5) 2. Memperluas pemasok untuk produk dagangan (S3, S4, S6, T1, T2, T3, T4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu menciptakan stabilitas harga produk di pasar (T1, T3) 2. Memanfaatkan aset-aset di pasar yang tidak terpakai dengan memanfaatkan teknologi digital (W2, W6, T5) 3. Melakukan pengarahan dan sosialisasi serta penertiban pedagang terkait retribusi dan pengelolaan pasar (W1, T4) 4. Melakukan penataan pasar, meningkatkan kebersihan dan sistem irigasi di pasar untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan meminimalisir persaingan dengan pasar modern dan perdagangan elektronik (W3, W4, W5, T2, T5)

Sumber: Data Olah, 2022

Pembahasan

Analisis Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

Dari hasil analisis matriks IFAS dapat diketahui bahwa keseluruhan faktor internal memiliki total skor sebesar 3.26, dimana faktor-faktor kekuatan (*strength*) memiliki skor sebesar 1.58 dan faktor-faktor kelemahan (*weakness*) memiliki skor sebesar 1.68. Hal ini berarti bahwa faktor kelemahan lebih besar dibandingkan faktor kekuatan yang ada pada Pasar Rakyat Tombatu.

Analisis Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*)

Dari hasil analisis matriks EFAS dapat diketahui bahwa keseluruhan faktor eksternal memiliki total skor sebesar 3.12, dimana faktor-faktor peluang (*opportunity*) memiliki skor sebesar 1.81 dan faktor-faktor ancaman (*threats*) memiliki skor sebesar 1.31. Hal ini berarti bahwa faktor peluang lebih besar dibandingkan faktor ancaman yang dihadapi Pasar Rakyat Tombatu.

Analisis Diagram SWOT

Dari hasil analisis diagram SWOT dapat diketahui posisi Pasar Rakyat Tombatu berada pada kuadran 3 (mendukung strategi *turn-around*), yaitu dimana perusahaan atau pengelola Pasar Rakyat Tombatu menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi disisi lain juga menghadapi beberapa kelemahan/kendala internal. Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Pada kuadran 3, strategi umum yang dapat digunakan pada situasi ini yaitu strategi pengembangan pasar, penetrasi pasar, pengembangan produk, integrasi ke belakang, integrasi horizontal, dan pencuitan/pengurangan.

Analisis Matriks SWOT

Dari hasil analisis matriks SWOT dapat diketahui jenis-jenis strategi yang dapat diterapkan PUD Pasar Minahasa Tenggara dalam pengembangan pasar tradisional sebagai upaya peningkatan kepuasan pedagang dan pengunjung Pasar Rakyat Tombatu yaitu Strategi Integrasi ke Belakang (*backward integration*), Strategi Penetrasi Pasar (*market penetration*), Strategi Integrasi Horizontal (*horizontal integration*), Strategi Pengembangan Produk (*product development*), Strategi Pengembangan Pasar (*market development*), dan Strategi Modernisasi Pasar (*market modernization*).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis melalui tahap matriks IFAS dan EFAS, diagram SWOT, dan matriks SWOT yang telah didapat maka diperoleh kesimpulan yaitu dapat diketahui bahwa jenis-jenis strategi yang tepat untuk Pasar Rakyat Tombatu adalah strategi integrasi ke belakang (*backward integration*), strategi penetrasi pasar (*market penetration*), strategi integrasi horizontal (*horizontal integration*), strategi pengembangan produk (*product development*), strategi pengembangan pasar (*market development*), dan strategi modernisasi pasar (*market modernization*).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan harus memperthankan dan meningkatkan program kerja seperti pengawasan dan penertiban pedagang, serta pembinaan dan sosialisasi terhadap para pedagang.
2. Perusahaan perlu menyediakan fasilitas umum seperti toilet, jaringan listrik, serta lahan parkir yang luas.
3. Perusahaan perlu meningkatkan pengelolaan kebersihan dan penataan pasar.
4. Perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan kualitas barang dagangan dan ketersediaan kebutuhan-kebutuhan pokok agar tidak kalah bersaing dengan pasar modern dan perdagangan elektronik.
5. Perusahaan perlu untuk memanfaatkan aset-aset di pasar yang tidak terpakai dengan memanfaatkan teknologi digital dan melakukan promosi.
6. Perusahaan perlu memperluas pemasok untuk produk dagangan atau jasa, serta memperkenalkan produk-produk atau jasa yang ada untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2007). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

David, F.R. (2019). *Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P., dan Armstrong, G. (2017). *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.

Latief, N., Mandey, S.L., dan Tampenawas, J.L.A. (2021). Strategi SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Rumah Makan Padang Raya Santiago Sario Manado. *Jurnal EMBA* Vol.9 No.2 April 2021, Hal. 1146-1154. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34359>. Diakses pada 27 Januari 2022.

Mamahit, B.V.B., Mandey, S.L., dan Rotinsulu, J.J. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Jasa CV. Caritas Dei Nobiscum Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal EMBA* Vol.9 No.3 Juli 2021, Hal. 892-901. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35062/32844>. Diakses pada 7 Maret 2022.

Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2017 Tentang Penegelolaan Pasar Rakyat Kabupaten Minahasa Tenggara.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 53 Tahun 2008 Tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Rangkuti, F. (2016). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R and D*. Bandung: Alfabeta.

Wamear, I.S., Tumbel, A.L., dan Soepeno, D. (2022). Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran PT. Ivana Papua Cargo Express. *Jurnal EMBA*, Vol.10 No.1 Januari 2022, Hal. 800-808. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/38376/35031>. Diakses pada 7 Maret 2022.

