

KAJIAN LOKASI PASAR TRADISIONAL HIGIENIS KOTA TERNATE

Muhammad Faisal Bian¹, Ingerid L. Moniaga², & Hendriek H. Karongkong³

¹Mahasiswa S1 Program Studi Perencanaan Wilayah & Kota Universitas Sam Ratulangi Manado

^{2&3}Staf Pengajar Jurusan Arsitektur, Universitas Sam Ratulangi Manado

ABSTRAK

RTRW Kota Ternate mengatur bahwa Pasar Tradisional Higienis berada dikawasan reklamasi Pantai Tapak 1 Kelurahan Gamalama. Lokasi ini terletak di pusat Kota Ternate dengan peruntukan lahan sebagai pusat perdagangan dan jasa. Pasar ini merupakan satu-satunya Pasar Tradisional Higienis yang ada di Maluku Utara yang direncanakan Pemerintah Kota Ternate untuk menangani permasalahan pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan di pinggir jalan sehingga memunculkan masalah macet dan kecelakaan lalu lintas. Tujuan penelitian ini yaitu, melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate dan mengetahui kelayakan penataan lokasi Pasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni analisis deskriptif kualitatif, mengumpulkan informasi-informasi melalui wawancara, kuisioner, dan analisis deskriptif kuantitatif disajikan dalam bentuk tabel-tabel, skoring, yang diuraikan melalui analisis SWOT. Hal ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan kelayakan penataan lokasi pasar tradisional higienis Kota Ternate.

Keywords: *Pasar Tradisional Higienis, Kota Ternate, SWOT*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasar tradisional adalah salah satu kegiatan perdagangan masyarakat perkotaan yang tidak bisa terlepas dari kegiatan sehari-hari manusia. Dengan semakin pesatnya perkembangan penduduk maka semakin besar pula tuntutan kebutuhan akan pasar baik secara kuantitas maupun kualitas. Keberadaan pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak terlepaskan dalam kehidupan masyarakat perkotaan.

Menurut Anwar (2001) menyatakan bahwa penetapan lokasi pembangunan pasar tradisional higienis harus memperhatikan letak strategis, luas lahan yang dapat menampung bangunan dan fasilitas, mudahnya aksesibilitas transportasi dan komunikasi, bersih dan sehat, bukan lokasi rawan banjir serta sesuai dengan rencana tata ruang wilayah (RTRW) setempat.

RTRW Kota Ternate mengatur bahwa Pasar Tradisional Higienis berada di pusat Kota Ternate dengan peruntukan lahan sebagai pusat perdagangan dan jasa. Pasar Tradisional Higienis merupakan satu-satunya pasar yang ada di Maluku Utara yang direncanakan Pemerintah Kota Ternate untuk menangani permasalahan

pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan di pinggir jalan sehingga memunculkan masalah macet dan kecelakaan lalu lintas.

Berdasarkan permasalahan ini, muncul gagasan penulis untuk melakukan penelitian yang berjudul “Kajian Lokasi Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kelayakan lokasi Pasar Tradisional Higienis dan strategi penataan yang baik bagi masyarakat Kota Ternate. Batasan materi dalam penelitian ini ialah mengkaji lokasi pasar dengan memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi. Faktor-faktor atau variabel tersebut diantaranya zoning, fisik, utilitas, transportasi, parkir, dampak lingkungan, pelayanan publik dan respon masyarakat, serta kebijakan Pemerintah terkait Pengelolaan Pasar Tradisional Higienis.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini diantaranya:

- a. Melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate.
- b. Mengetahui strategi penataan lokasi Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate.

KAJIAN TEORI

Teori Lokasi

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial (Tarigan 2005).

Menurut Sirojuzilam Teori lokasi adalah suatu penjelasan teoritis yang dikaitkan dengan tata ruang dari kegiatan ekonomi. Hal ini selalu dikaitkan pula dengan alokasi geografis dari sumber daya yang terbatas yang pada gilirannya akan berpengaruh dan berdampak terhadap lokasi berbagai aktivitas baik ekonomi maupun sosial.

Jenis Lokasi

Menurut Sumaatmadja lokasi dalam suatu ruang dapat dibedakan menjadi dua jenis lokasi, yaitu:

- a. Lokasi Absolut adalah suatu tempat atau wilayah yang lokasinya berkaitan dengan letak astronomis yaitu dengan menggunakan garis lintang dan garis bujur dan dapat diketahui secara pasti dengan menggunakan peta. Lokasi absolut suatu daerah tidak dapat berubah atau berganti sesuai perubahan jaman tetapi bersifat tetap karena berkaitan dengan bentuk bumi.
- b. Lokasi Relatif adalah suatu tempat atau wilayah yang berkaitan dengan karakteristik tempat atau suatu wilayah, karakteristik tempat yang bersangkutan sudah dapat diabstraksikan lebih jauh. Lokasi relatif memberikan gambaran keterbelakangan, perkembangan dan kemajuan wilayah yang bersangkutan dibandingkan dengan wilayah lainnya. Lokasi relatif dapat ditinjau dari site dan situasi. Site adalah semua sifat atau karakter internal dari suatu daerah tertentu sedangkan situasi adalah lokasi relatif dari tempat atau wilayah yang bersangkutan yang berkaitan dengan sifat-sifat eksternal suatu region.

Pengertian Pasar

Menurut Peraturan Presiden Republik Indonesia No 112 Tahun 2007, Tentang Pembinaan Pasar

Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Pasar merupakan tata ruang yang disediakan dengan batas-batas yang telah ditentukan di mana di dalamnya terdapat bangunan toko dan kios yang diperuntukkan bagi para pedagang (penjual) dalam melaksanakan kegiatannya melayani para pembeli yang membeli barang dagangannya. Bentuknya pasar bermacam-macam, ada yang sederhana, permanen, modern, super modern, ada yang tidak bertingkat, tetapi banyak pula yang bertingkat dua atau tiga tingkat. Pasar memiliki fungsi yang penting dan strategis dalam perdagangan dan perekonomian yaitu sebagai tata ruang yang menyediakan fasilitas bagi para penjual bertemu dengan para pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang, untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat (Adisasmita, R 2014).

Dilihat dari struktur tata ruang wilayah perkotaan lokasi pasar sentral berada di bagian tengah kota dan pasar-pasar pembantu terletak tersebar di kecamatan. Pada prinsipnya pasar yang menyediakan barang-barang kebutuhan hidup sehari-hari seharusnya terletak tidak jauh dari permukiman penduduk, sedangkan lokasi pasar yang menjual barang-barang yang lebih lengkap jenis dan macamnya seharusnya terletak dipusat kota (pasar sentral).

Penduduk perkotaan yang bertambah terus menerus sehingga menjadi suatu konsentrasi penduduk beserta berbagai kegiatannya (ekonomi sosial dan politik), yang selanjutnya membentuk suatu kota. Kota bertumbuh dan berkembang menjadi kota besar diperlukan penataan ruang wilayah perkotaan yang bertambah padat dan intensif dalam suatu Rencana Umum Tata Ruang (RUTR) kota. Dalam menata ruang wilayah perkotaan, salah satu sasaran diantaranya ialah penataan pasar, yang meliputi penataan tempat pasar-pasar kota secara tepat dalam arti tepat lokasi, tepat besaran dan fungsi pasar-pasar kota. Rencana tata ruang kota sangat luas aspeknya termasuk pula penataan ruang pasar kota. Penataan ruang pasar

kota sangat penting karena kegiatan pasar kota merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kegiatan ekonomi perkotaan yang menunjukkan pertumbuhan yang bertambah luas dan intensif pada masa mendatang. Dalam perkembangan perekonomian perkotaan pasar diklasifikasikan menjadi dua, pasar modern dan pasar tradisional.

Pasar Modern

Pasar Modern adalah pasar yang penjual pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan penjual dan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang (barcode), berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri (swalayan) atau dilayani oleh pramuniaga. Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan-makanan seperti buah, sayuran, daging. Sebagian besar barang lainnya yang dijual ialah barang yang dapat bertahan lama. Contoh dari pasar modern ialah pasar swalayan dan hypermarket, supermarket dan minimarket.

Pasar Tradisional

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. (*Peraturan Presiden Republik Indonesia No 112 Tahun 2007*)

Pasar Tradisional merupakan pasar yang dalam pelaksanaannya bersifat tradisional dan ditandai dengan pembeli serta penjual bertemu secara langsung. Proses jual-beli biasanya melalui tawar-menawar harga dan harga yang diberikan untuk suatu barang bukan merupakan harga tetap, dalam arti lain masih dapat ditawar, hal ini sangat berbeda dengan pasar modern umumnya pasar tradisional menyediakan bahan-bahan pokok serta keperluan rumah tangga. Lokasi pasar tradisional dapat berada ditempat yang terbuka atau bahkan dipinggir jalan. Ciri khas pasar tradisional ialah adanya tenda-tenda tempat penjual memasarkan dagangannya, serta

pembeli yang berjalan hilir mudik untuk memilih dan menawar barang yang akan dibelinya. Ciri –ciri pasar tradisional sebagai berikut.

- a. Proses jual beli melalui tawar-menawar harga
- b. Disediakan umumnya barang dapur dan rumah tangga.
- c. Harga yang relatif lebih murah
- d. Area yang terbuka dan tidak ber-AC

Menurut Menteri Perdagangan Rahmat Gobel pasar tradisional harus terawat, bersih dan higienis dan juga menjaga kualitas barang dagang di pasar tersebut dari berbagai macam kotoran. Menyadari pentingnya fungsi pasar tradisional yang strategis dalam rangka peningkatan pendapatan dan penyerapan tenaga kerja maka perlu diupayakan sehingga menjadi tempat yang layak dan menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi bagi setiap kalangan. Pasar tradisional harus menciptakan sesuatu yang nyaman, aman, bersih, tertib agar terpelihara dengan baik dan tidak kalah dengan apa yang ada di pasar modern. Pasar tradisional harus menghilangkan *image* tempat yang kumuh, becek, tidak aman dan harus menumbuhkan budaya kepada para pedagang pengelola pasar dan pembeli suasana yang bersih dan sehat (higienis).

Pasar Tradisional Higienis

Pasar tradisional higienis merupakan pasar bersifat tradisional yang di rancang sebagai pusat perdagangan dengan standar mutu produk sesuai dengan syarat kesehatan, kebersihan, dan higienitas bahan pangan serta syarat sanitasi lingkungan terawat. Seperti definisi higienis ialah kondisi lingkungan yang bersih dan sehat yang dilakukan dengan cara mematikan atau mencegah hidupnya jasad renik pathogen untuk menjaga kesehatan manusia. Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate merupakan pasar skala kota karena berada di pusat kota yang dikelola oleh pemerintah Kota dan termasuk kawasan peruntukan perdagangan dalam Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Ternate (RTRW Kota Ternate).

METODOLOGI PENELITIAN

Kondisi Umum Wilayah Penelitian

Kota Ternate merupakan kota kepulauan yang memiliki luas wilayah 547,736 km², dan merupakan daerah otonomi bagian dari Provinsi Maluku Utara, terdiri dari 8 pulau tiga diantaranya tidak berpenghuni, Kota Ternate mempunyai potensi strategis sebagai kota perdagangan yang dikenal sejak zaman penjajahan Belanda. Kota Ternate merupakan wilayah Kepulauan yang wilayahnya dikelilingi oleh laut dengan letak geografisnya berada pada posisi 0° - 2° Lintang Utara dan 126° - 128° Bujur Timur. Luas daratan Kota Ternate sebesar 162,03 km², sedangkan lautannya 5.547,55 km².

Kota Ternate merupakan kepulauan dengan karakteristik sebagai wilayah pesisir terdiri atas 77 kelurahan yang dibagi atas dua klasifikasi Kelurahan yaitu Kelurahan Pantai terdiri atas 56 Kelurahan dan 21 Kelurahan lainnya berklasifikasi kelurahan bukan pantai.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Analisa deskriptif yaitu analisis dengan menggambarkan keadaan di lokasi penelitian dan menjelaskan kondisi eksisting pasar tradisional higienis Kota Ternate. Dalam penelitian ini data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif sedangkan, data kuantitatif disajikan dalam bentuk angka. Metode kajian dilakukan dengan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan internal, serta kesempatan/pelebaran tantangan/ancaman eksternal. Pertama yang dilakukan adalah penilaian pemilihan lokasi Pasar Tradisional Higienis. Kedua melakukan analisis SWOT secara menyeluruh pada lokasi pasar dengan memberi bobot dan nilai. Hasil pembobotan dan nilai kemudian dijumlahkan.

Dari pengertian SWOT tersebut akan dijelaskan satu persatu yaitu : a) Kekuatan (*Strength*), yaitu kekuatan apa saja yang ada pada lokasi Pasar Tradisional Higienis, b) Kelemahan (*Weakness*), yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan pada lokasi Pasar Tradisional Higienis, c) Kesempatan (*Opportunities*), yaitu semua kesempatan yang ada sebagai kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi

perekonomian nasional serta global yang dianggap memberi peluang bagi lokasi Pasar Tradisional Higienis, d) Ancaman (*Threats*), yaitu hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian/tantangan bagi lokasi Pasar Tradisional Higienis.

Menurut Freddy Rangkuti (2001) SWOT adalah akronim untuk kata *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman). Dalam penelitian ini data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif yakni analisis SWOT. Analisis SWOT dimaksudkan untuk menganalisis potensi, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat di Lokasi Pasar Tradisional Kota Ternate. Dalam analisis SWOT terdapat beberapa matriks yang paling umum digunakan untuk mengolah data yaitu dengan menggunakan Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Strategic*) dan Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Strategic*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kajian Analisis Aspek Sosial, Tata Guna Lahan Dan Lingkungan

Kondisi sosial yang kurang baik seperti strategi penataan pedagang yang tidak sesuai dengan Permendagri No 20/2012 yaitu penataan pedagang di Pasar Tradisional Higienis tidak berdasarkan jenis barang dagangannya. Hal ini menyebabkan pasar terlihat semrawut dan tidak tertata rapi. Para pembeli dan pedagang tidak merasa nyaman dalam melakukan transaksi jual beli, para pedagang buah dan sayur-sayuran sebelumnya berada di lantai 2 telah keluar menempati area parkir dan badan jalan. Berdasarkan hasil wawancara, informasi yang diperoleh yakni biaya retribusi para pedagang yang berjualan di pinggir pasar maupun di dalam bangunan pasar tidak ada perbedaan nilai retribusi, sehingga pedagang lebih memilih berjualan di area luar bangunan pasar untuk mendapatkan pembeli yang lebih banyak karena kemudahan jangkauan. Beberapa responden menyatakan keinginan mereka yakni konsep pasar sebaiknya tidak bertingkat agar lebih mudah berinteraksi langsung penjual dan pembeli.

Kondisi lain yang memiliki resiko bahaya yakni sebagian pedagang yang berjualan diatas taman jalan yang dapat menyebabkan kecelakaan lalulintas dan mengurangi nilai estetika Kota Ternate (Gambar 1).

Tabel 1. Kondisi Keamanan dan Kenyamanan Pasar

Keamanan dan Kenyamanan	Frekuensi (n)	Presentase (%)
Baik	14	21%
Sedang	22	33%
Kurang	31	46%
Jumlah	67	100%



Gambar 1. Kondisi Penjual dan Pembeli Yang Beresiko Terhadap Kecelakaan

Sumber: Survey Lapangan 2015

Kajian Analisis Aspek Transportasi dan Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah tingkat kemudahan untuk mencapai suatu tujuan lokasi, yang menjadi ukuran adalah jarak, waktu tempuh, kelengkapan dan kualitas dari fasilitas yang tersedia. Seperti jalan yang bagus, adanya swalayan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dll. Pembangunan suatu pasar juga bergantung pada aksesibilitas seperti yang di cantumkan di Peraturan Menteri Dalam Negeri

Republik Indonesia No 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan Dan Pemberdayaan Pasar Tradisional pasal 6 ayat 1(a) yakni penentuan lokasi harus memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan ibukota kabupaten/kota atau ibukota kecamatan dengan lokasi pasar yang baru dibangun.

Berdasarkan hasil observasi di lokasi penelitian, akses pencapaian pada lokasi pasar tradisional higienis termasuk dalam keadaan mudah, hal ini juga diperkuat dengan hasil pembagian kuesioner terkait aksesibilitas ke lokasi pasar yaitu 58% responden menjawab baik dan di dukung dengan konstruksi jalan yang baik juga yaitu 54% (Gambar 2). Kemudian juga salah satu jalan lokal primer Kota Ternate yang melintasi di depan lokasi pasar tradisional higienis, sedangkan untuk jarak rumah yang jauh ini mempunyai pengaruh bagi para pedagang dan pembeli, Sebab semakin jauh lokasi suatu pasar maka akan semakin besar pula biaya transportasinya.

Tabel 2. Kondisi jalan

Kondisi Jalan	Frekuensi (n)	Presentase %
Baik	36	54%
Sedang	27	40%
Kurang	4	6%
Jumlah	67	100%



Gambar 2. Kondisi Jalan Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate

Sumber: Survey Lapangan 2015

Kajian Analisis Aspek Infrastuktur/Sarana Prasarana

Lahan parkir responden lebih banyak menjawab kurang yaitu 88% (Gambar 3), hal ini karena lahan parkir yang disediakan sudah dipenuhi oleh pedagang sembako dan sayur-sayuran yang sebelumnya menempati lantai 2 mengakibatkan pasar terlihat semraut, kurang bersih dan penataannya belum maksimal. Hal ini mendasar bagi pemerintah Kota Ternate dan para pemangku kepentingan lainnya untuk menata kembali pasar tradisional higienis dalam upaya mengatasi berbagai macam masalah yang timbul akibat kegiatan para pedagang kaki lima (PKL) yang tidak teratur. Menurut Permendagri No 20/2012 tentang Pengolahan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional Pasal 9 tentang sarana pendukung, yang belum terdapat di lokasi pasar tradisional higienis yakni tempat ibadah, pos keamanan dan instalasi pengolahan air limbah (IPAL).

Sinergitas program SWOT dan program pelayanan Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate merupakan dua program yang saling terkait dalam upaya menciptakan sinergitas dan sinkronisasi program pengembangan kualitas bidang pelayanan pasar higienis bagi masyarakat.

Program pelayanan pengembangan pasar higienis di Kota Ternate dibagi berdasarkan dua aspek, yakni aspek pelayanan Pasar Tradisional Higienis dan aspek determinan. Aspek pelayanan pasar higienis berkaitan dengan program lingkungan higienis, penilaian, perbaikan infrastruktur, luas lahan pasar yang besar serta kebijakan dan manajemen pelayanan higienis. Sedangkan aspek determinan meliputi faktor-faktor luar pelayanan pasar higienis yang mempengaruhi peningkatan konsep pasar higienis seperti faktor politik, pertanian keamanan, ekonomi dan budaya.

Tabel 3. Lahan Parkir

Lahan Parkir	Frekuensi (n)	Presentase %
Baik	0	0%
Sedang	8	12%
Kurang	59	88%
Jumlah	67	100%



Gambar 3. Kondisi Lahan Parkir Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate
Sumber: Survey Lapangan 2015

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah instrumen yang digunakan untuk melakukan analisis strategis. Menurut Freddy Rangkuti (2001) analisis SWOT merupakan suatu alat yang efektif dalam membantu menstrukturkan masalah, terutama dengan melakukan analisis atas lingkungan strategis, yang lazim disebut sebagai lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Dalam lingkungan internal dan eksternal ini pada dasarnya terdapat empat unsur yang selalu dimiliki dan dihadapi, yaitu secara internal memiliki sejumlah kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*), dan secara eksternal akan berhadapan dengan berbagai peluang-peluang (*opportunities*) dan ancaman-ancaman (*threats*). Dalam menganalisis kekuatan dan kelemahan pada lokasi Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate, maka perlu dilakukan identifikasi terhadap hal-hal yang berpengaruh untuk disusun dengan menggunakan matriks IFAS (Internal Factor Analisis Strategic) Sedangkan untuk menganalisis peluang dan ancaman akan disusun dengan menggunakan matriks EFAS (External Factor Analisis Strategic).

Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS)

Tabel 4. Faktor kekuatan

No	Kekuatan (S)	Bobot	Nilai	Jumlah Bobot x Nilai
1	Kebijakan pemerintah menentukan lokasi pasar strategis karena berada di pusat Kota Ternate dan berdasarkan arahan RTRW Kota Ternate	0.30	3	0.90
2	Aksesibilitas mudah dicapai dari berbagai arah Kota Ternate	0.30	3	0.90
3	Infrastruktur listrik cukup baik	0.20	2	0.60
4	Merupakan satu-satunya pasar tradisional higienis di Maluku Utara dan Kota Ternate	0.20	2	0.60
Jumlah		1	10	3.00

Sumber: Hasil Observasi Lapangan dan Analisis 2015

Tabel 5. Faktor kelemahan

No	Kelemahan (W)	Bobot	Nilai	Jumlah Bobot x Nilai
1	Luas lahan pasar yang kecil tidak dapat menampung seluruh pedagang.	0.20	1	0.20
2	Implementasi konsep Pasar Tradisional Higienis masih kurang terealisasi di lokasi Penataan kios-kios dan pedagang yang kurang tertib dan belum tertata berdasarkan jenis barang dagangannya sesuai permendagri no 20/2012	0.10	2	0.20
3	Kurangnya infrastruktur seperti lahan parkir yang terbatas dan sarana prasarana seperti air, IPAL, pos keamanan dan tempat ibadah.	0.20	1	0.20
4	Kurangnya kenyamanan dalam bertransaksi jual beli karena para pedagang berjualan sampai di badan jalan	0.10	1	0.10
5	Kurangnya pengawasan dari pemerintah / dinas pasar	0.10	1	0.10
6	Belum adanya peraturan daerah yang mengatur pengelolaan pasar	0.20	1	0.20
Jumlah		1	8	1.10

Sumber: Hasil Observasi Lapangan dan Analisis 2015

Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Tabel 6. Faktor Peluang

No	Peluang (O)	Bobot	Nilai	Jumlah Bobot x Nilai
1	Meningkatkan PAD Kota Ternate melalui distribusi pasar	0.30	2	0.60
2	Transportasi dari pemukiman penduduk ke lokasi pasar mudah dicapai	0.20	3	0.60
3	Kebijakan pemerintah yang memprioritaskan pembangunan Pasar Tradisional Higienis	0.30	2	0.60
4	Adanya dukungan politik dari DPRD Ternate terhadap pembangunan Pasar Tradisional Higienis	0.10	2	0.20
5	Pengembangan vertikal bangunan	0.10	2	0.20
Jumlah		1	11	2.20

Sumber: Hasil Observasi Lapangan dan Analisis 2015

Tabel 7. Faktor Ancaman

No	Ancaman (T)	Bobot	Nilai	Jumlah Bobot x Nilai
1	Rendahnya kualitas SDM dalam meningkatkan nilai estetika Kota Ternate	0.20	1	0.20
2	Menimbulkan tingginya kemacetan dan kecelakaan lalu lintas kota	0.10	1	0.10
3	Meningkatkan pencemaran lingkungan, di darat dan laut	0.40	1	0.40
4	Masih terbatasnya kualitas dan kuantitas infrastruktur atau sarana Pasar Tradisional Higienis	0.10	2	0.20
5	Perilaku pedagang masih kurang tertib mentaati area berdagang	0.20	2	0.40
Jumlah		1	7	1.30

Sumber: Hasil Observasi Lapangan dan Analisis 2015

Berdasarkan hasil scanning diperoleh hasil identifikasi analisis SWOT, diantaranya:

- 4 Kekuatan (Strength)
- 7 Kelemahan (Weaknesses)
- 5 Peluang (Opportunities) dan
- 5 Ancaman (Threats)

Kajian Analisis SWOT maka diperoleh pilihan strategi penataan yaitu:

- Strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang (S.O)
- Strategi mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang (W.O)
- Strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman (S.T)
- Strategi mengurangi kelemahan untuk mengatasi ancaman (W.T)

Tabel 8. Strategi Lingkungan Internal

No	Strategi (S.O) Menggunakan Kekuatan Untuk Memanfaatkan Peluang
1	Menentukan lokasi pasar yang strategis
2	Meningkatkan distribusi pasar untuk menunjang perekonomian Kota Ternate
3	Memanfaatkan kebijakan pembangunan pasar untuk meningkatkan pelayanan masyarakat yang meliputi upaya memenuhi kebutuhan pangan yang higienis
4	Memanfaatkan kebijakan pembangunan Pasar Tradisional Higienis untuk meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan pasar higienis
5	Memanfaatkan kebijakan pemerintah yang memprioritaskan Pasar Tradisional Higienis dengan mengoptimalkan standar pelayanan pasar tradisional higienis di Kota Ternate
No	Strategi (W.O) Mengurangi Kelemahan Untuk Memanfaatkan Peluang
1	Menjaga kebersihan pasar agar pasar selalu higienis
2	Mengembangkan luas lahan pasar melalui anggaran APBD pembebasan lahan
3	Meningkatkan kualitas dan penambahan kebutuhan sarana prasarana pasar seperti, IPAL, pos keamanan serta lahan parkir yang layak
4	Meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM dengan melakukan pengawasan dan kontrol terhadap aktual pasar tradisional higienis
5	Meningkatkan kualitas pelayan pasar berdasarkan standar pelayanan
6	Menciptakan suasana berbelanja yang nyaman, bersih dan higienis.
7	Menambah tinggi bangunan dengan menggunakan fasilitas eskalator dan elevator sebagai transportasi bangunan

Sumber: Hasil Observasi Lapangan dan Analisis 2015

Tabel 9. Strategi lingkungan eksternal

No	Strategi (S.T) Menggunakan Kekuatan Untuk Mengurangi Ancaman
1	Memperbaiki arahan RTRW Kota Ternate tentang pemelihan lokasi Pasar Tradisional Higienis
2	Sosialisasi tentang konsep pasar

	tradisional higienis kepada masyarakat dalam upaya memperbaiki penilaian berbelanja yang bersih dan sehat
3	Memanfaatkan kebijakan pemerintah menetapkan pasar tradisional higienis di Kota Ternate pada skala prioritas pembangunan untuk meningkatkan penyediaan bahan-bahan pangan sembako yang berstandar higienis
4	Meningkatkan kualitas pelayanan dinas pasar guna meningkatkan ketertiban pedagang agar terhindar dari kemacetan dan kecelakaan lalu lintas
5	Memperkuat political will dan dana pembangunan pasar tradisional higienis untuk melengkapi fasilitas infrastruktur (sarana prasarana)
No	Strategi (W.T) Mengurangi Kelemahan Untuk Mengatasi Ancaman
1	Meningkatkan dan mengoptimalkan kualitas infrastruktur melibatkan peran aktif partisipasi masyarakat Kota Ternate untuk bekerja sama mewujudkan pasar tradisional yang berstandar higienis, tertata, teratur dan bersih.
2	Meningkatkan kualitas penataan pedagang yang baik agar tetap tertata dengan rapi dan tertib.
3	Menentukan lokasi pasar yang luas dan representatif agar bisa menampung seluruh pedagang
4	Pemerintah harus melakukan sosialisasi dan pengawasan berbelanja.

Sumber: Hasil Observasi Lapangan dan Analisis 2015

Sinergitas program SWOT dan program pelayanan Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate merupakan dua program yang saling terkait dalam upaya menciptakan sinergitas dan sinkronisasi program pengembangan kualitas bidang pelayanan pasar higienis bagi masyarakat.

Program pelayanan pengembangan pasar higienis di Kota Ternate dibagi berdasarkan dua aspek, yakni aspek pelayanan Pasar Tradisional Higienis dan aspek determinan. Aspek pelayanan pasar higienis berkaitan dengan program lingkungan higienis, penilaian, perbaikan infrastruktur, luas lahan pasar yang besar serta kebijakan dan manajemen pelayanan

higienis. Sedangkan aspek determinan meliputi faktor-faktor luar pelayanan pasar higienis yang mempengaruhi peningkatan konsep pasar higienis seperti faktor politik, pertanian keamanan, ekonomi dan budaya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh antara lain:

- a. Faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan lokasi Pasar Tradisional Higienis yaitu dapat disimpulkan bahwa Pasar Tradisional Higienis berada pada lokasi yang strategis, bukan lokasi rawan banjir, mudahnya aksesibilitas transportasi, namun pasar ini tidak dapat menampung seluruh pedagang yang berjumlah sebanyak 874 jiwa karena luas lahan pasar yang kecil yaitu 3.570 M². Sehingga sering terjadi kemacetan dan kecelakaan lalu lintas kota, kemudian juga kondisi pasar yang kotor, karena sampah yang berhamburan, sehingga pasar ini terlihat kurang bersih dan sehat yang dapat mencemarkan lingkungan sekitar sehingga tidak layak dikatakan Pasar Tradisional Higienis. Hal ini disebabkan karena standar mutu produk yang belum sesuai dengan syarat kesehatan, kebersihan dan higienitas bahan pangan serta syarat sanitasi lingkungan yang belum terawat dengan baik, sehingga dapat menimbulkan jasad renik patogen (bakteri) yang mengganggu kesehatan bagi masyarakat Kota Ternate. Kualitas dan kuantitas infrastruktur sarana-prasarana yang masih terbatas, rendahnya kualitas SDM dalam meningkatkan nilai estetika, perilaku pedagang yang kurang tertib menaati area berdagang, sehingga aktivitas pelayanan di pasar ini tidak berjalan dengan baik.
- b. Strategi penataan yang belum optimal diimplementasikan yakni program penataan pedagang yang belum berdasarkan jenis barang dagangan sesuai Permendagri No. 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Hal ini menyebabkan Pasar Tradisional Higienis Kota Ternate terlihat semrawut dan kurang

tertata dengan baik sehingga aktivitas pasar tidak berjalan maksimal.

SARAN

a. Bagi Pemerintah

Diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah untuk merelokasi pasar tradisional higienis di lokasi lahan yang lebih luas agar dapat menampung seluruh pedagang atau memperluas lahan pasar dengan melakukan pembebasan lahan sekitar, kemudian perlu adanya redesain bangunan Pasar Tradisional Higienis, membuat perda tentang pengelolaan Pasar Tradisional Higienis, menambah kebutuhan sarana prasarana pasar, serta adanya sosialisasi kepada para pedagang dan masyarakat tentang maksud dari Pasar Tradisional Higienis.

b. Bagi Masyarakat yang berdagang

Diharapkan agar lebih teratur dalam berjualan sesuai dengan lapak yang diberikannya sehingga aktifitas yang berada di dalam lokasi Pasar Tradisional Higienis dapat berjalan dengan optimal dan lebih menjaga kualitas barang dagangan agar lebih bersih dan sehat (Higienis)

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim.2012. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia No 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.
- ____,Perpres Republik Indonesia no 112 Tahun 2007 Tentang Pembinaan Pasar Tradisional.
- ____,RTRW Kota Ternate 2012
- ____,Ternate Dalam Angka 2014
- Adisasmita,R.2004 Teori Lokasi dan Pengembangan wilayah. Penerbit Graha Ilmu
- Adisasmita,R.2014 Ekonomi Tata ruang wilayah. Penerbit Graha Ilmu.
- Anwar, M 2001 Pedoman Pembinaan Pasar Tradisional, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Jakarta.

Cristaller,W. 1966, *central places in south Germany*, Terjemahan Baskin, W.W Wnglewoods Cliff

De Chiara, Joseph dan E. Lee Coppelman. 1999. *Standar Perencanaan Tapak*. Jakarta: Penerbit PT Erlangga.

Freddy Rangkuti. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. Gramedia.

Maritfa Nika Andriani, Muhammad Mukti Ali. 2013. *Kajian Eksistensi Pasar Tradisional Kota Surakarta*. E-Journal PWK ISSN 2338-3526 Vol 2, No 2.

Menek kiik,Victor 2006. *Kajian faktor-faktor yang mempengaruhi tidak optimalnya fungsi pasar tradisional lolowa dan pasar tradisional fatubenao kecamatan kota atambua - kabupaten belu*, Tesis Program Studi Teknik

Miles, Mike E. et al. 1999. *Real Estate Development, Principles and Process*. Washington DC: Urban Land Institute.

Sirojuzilam. 2006. *Teori Lokasi*. USU Press. Medan.

Sumaatmadja,nursid. 1981 *Studi geografi suatu pendekatan dan analisa keruangan*. Bandung: alumni.

Tarigan, Robinson. 2005. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Tamin, Ofyar, Z. 2000. *Perencanaan dan Permodelan Transportasi*. Bandung: Penerbit ITB. Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Universitas Diponegoro, Semarang.

Yusrinawati 2006. *Analisa pemelihan lokasi pembangunan pasar baru di kecamatan muaradua kabupaten oku selatan*. Tesis Magister Manajemen Aset FTSP ITS.