

Strategi pengembangan pasar sapi/*blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung

A. M. K. Koloy*, N. M. Benu, P. A. Pangemanan

Program Pascasarjana Universitas Sam Ratulangi Manado, 95115

*Korespondensi (Corresponding author): koloyalicia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk strategi pengembangan pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Penelitian dilaksanakan pada bulan September sampai bulan November 2023. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Metode sampling yang digunakan adalah Purposive Sampling, yaitu teknik pemilihan sampel dengan pertimbangan khusus. Responden dalam penelitian berjumlah 15 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis SWOT, didapatkan strategi pasar sapi/*blante* Kawangkoan berada pada kuadran I. Kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan, memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Maka strategi yang didapatkan adalah meningkatkan strategi serta mengeksplor keunikan dari pasar sapi/*Blante* sehingga membuat banyak pengunjung yang datang bukan hanya di daerah kabupaten Minahasa tapi ada di daerah Indonesia bagian timur, memaksimalkan dukungan dari pemerintah dalam pendistribusian hingga keluar daerah serta hubungan kemitraan dengan daerah sekitar.

Kata kunci : Strategi pengembangan, Pasar sapi *blante* Kawangkoan, Kepuasan pengunjung

ABSTRACT

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE CATTLE MARKET/BLANTE KAWANGKOAN IN IMPROVING VISITOR SATISFACTION. This research aims to develop the Kawangkoan cattle market / *Blante* in increasing visitor satisfaction. The research was conducted from September to November 2023. The data used primary and secondary data. The sampling method used was Purposive Sampling, which was a sample selection technique with special considerations. Respondents in the study amounted to 15 people. The analysis method used was SWOT analysis. The results showed that based on SWOT analysis, it was found that the Kawangkoan cattle / *blante* market strategy was in quadrant I. Quadrant I was a very favorable situation, companies have opportunities and strengths so that they can take advantage of existing opportunities, the strategy that must be applied in this condition was to support aggressive growth policies. So the strategy obtained was to improve the strategy and explore the uniqueness of the cattle / *Blante* market so that many visitors come not only in the Minahasa regency but in the eastern part of Indonesia, maximizing support from the government in distribution out of the region and partnership relations with the surrounding area.

Keywords : Development Strategy, *Kawangkoan* Cattle Market/Blanch, Visitor Satisfaction

PENDAHULUAN

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi penjualan dan pembelian secara langsung (Aprilia, 2018). Pasar tradisional memiliki peranan yang sangat krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dan merupakan pondasi utama ekonomi yang harus dipertahankan (Pangau *et al.*, 2022). Pasar tradisional identik dengan pasar yang kumuh, becek, dan bau (Sitoro, 2022). 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 (Pangau *et al.*, 2022). Pasar tradisional mempunyai ciri khas yaitu adanya proses tawar menawar (Nugroho dan Nurcahyanto, 2016). Pasar tradisional dalam transaksi jual beli di dalam pasar memakai sistem tawar menawar antara penjual dan pembeli (Tamiang, 2023).

Proses revitalisasi pasar memerlukan investasi finansial yang besar (Febrianty, 2013). Revitalisasi pasar tradisional merupakan salah satu upaya pemerintah dalam mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki pasar tradisional dengan melakukan pembenahan pasar tradisional secara menyeluruh mulai dari pembenahan lingkungan fisik hingga manajemen pengelolaan pasar (Stutiari dan Arka, 2019). Tujuan utama pemulihan pasar adalah untuk meningkatkan kepuasan pengunjung .

Kepuasan pengunjung adalah perilaku emosional terhadap layanan yang dihasilkan dari membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang diterima (Saputra dan Nugroho, 2017). Oleh karena itu, dalam menilai tingkat kepuasan, perlu dilakukan pengukuran kesesuaian antara harapan yang dimiliki dengan layanan yang sebenarnya diberikan (Van dan Ratnasari, 2022). Kepuasan pengunjung pasar merupakan faktor kunci keberhasilan strategi pengembangan pasar.

Aspek pelayanan konsumen pada setiap pasar mempengaruhi intensitas datangnya pengunjung, pelayanan pasar yang baik akan membuat para pengunjung menjadi nyaman dan untuk berlama-lama berada di lingkungan pasar (Yuliantoharinugroho,

2022). Peningkatan kepuasan pengunjung terlihat melalui peningkatan fasilitas, seperti gedung pasar, area parkir, toilet umum dan sistem sanitasi, serta keberlanjutan dan kesadaran lingkungan melalui pengelolaan sampah yang baik dan efisiensi energi.

Pasar sapi/*Blante* Kawangkoan terletak di Kecamatan Kawangkoan, Kabupaten Minahasa. Pasar sapi/*Blante* merupakan pasar tradisional yang khusus menjual hewan ternak. Pasar *Blante* sendiri lebih difokuskan pada hewan peliharaan seperti sapi dan kuda. Namun karena semakin langkanya kuda di Minahasa jadi kuda sudah jarang diperdagangkan (Tuwo *et al.*, 2023). Selain itu, pasar sapi hanya beroperasi pada hari Kamis dimulai pukul delapan pagi sampai jam lima sore. Pasar ini merupakan satu-satunya pasar ternak di Indonesia bagian timur, menurut petugas penagih (*bayar bea*). Sama halnya penelitian terdahulu yaitu Fungsi Pasar Sapi/*Blante* bagi Masyarakat Minahasa yang menjelaskan bahwa pasar tidak hanya menjadi tempat berkumpulnya warga Minahasa, namun juga warga tetap, pengunjung luar daerah, hingga pengunjung mancanegara. Ini terjadi karena posisi pasar yang strategis dalam menggabungkan dan menyebarkan berbagai elemen budaya dari individu yang berinteraksi di pasar tradisional tersebut, sehingga terjadi pencampuran kebudayaan yang kaya (Mesra *et al.*, 2021).

Pembangunan pasar harus mengutamakan kesejahteraan baik bagi pengunjung maupun pedagangnya. Tapi pasar tradisional juga memiliki pemahaman yang rendah terhadap pengembangan sistem pemasaran, terbatasnya ruang pada pengembangan sistem pemasaran, lingkungan yang kurang bersih, kurangnya tempat penampungan sampah, dan belum tersedianya fasilitas infrastruktur pasar, dapat menjadikan daya saing untuk pelanggan sangat lemah dibandingkan dengan pasar modern (Sukaatmadja *et al.*, 2015). Karena jumlah ternak sapi yang banyak, mengakibatkan kotoran sapi berserakan sehingga menyebabkan kebersihan pasar terabaikan dan tidak diperhatikan. Selain itu, fasilitas seperti gedung pasar, tempat parkir, toilet umum, dan sistem sanitasi kurang mendapat perhatian. Kesejahteraan masyarakat khususnya pengunjung perlu diperhatikan.

Oleh karena itu, dilakukan penelitian dengan rumusan masalah yaitu bagaimana analisis strategi pengembangan pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. berdasarkan uraian diatas tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung.

METODE PENELITIAN

Waktu dan tempat penelitian

Penelitian ini berlangsung di Pasar Sapi/*Blante* Kawangkoan, Kabupaten Minahasa. Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan, dimulai dari bulan September 2023 hingga bulan November 2023.

Populasi dan sampel penelitian

Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini mencakup semua individu yang terlibat dalam aktivitas pasar Sapi/*Blante* Kawangkoan. Responden dalam penelitian ini akan terdiri dari individu-individu yang memiliki pemahaman yang baik terhadap permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini yang terdapat pada Tabel 1.

Jenis dan sumber data

Jenis dan sumber data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder.

Metode pengumpulan data

Berikut adalah teknik atau cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Survei Pengunjung

Survei ini dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada pengunjung pasar untuk memahami pandangan, preferensi dan pengalaman mereka selama berkunjung ke Pasar Sapi/*Blante* Kawangkoan.

2. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara tatap muka terhadap pedagang, pengunjung, pengelola pasar dan masyarakat sekitar untuk memperoleh pandangan mengenai kondisi pasar dan saran perbaikan dengan menggunakan pertanyaan sesuai tabel panduan.

3. Studi Pustaka

Tinjauan literatur dalam penelitian ini melibatkan referensi ke berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, disertasi, dan dokumen lain yang memiliki kaitan dengan strategi pengembangan pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam upaya meningkatkan kepuasan pengunjung.

Konsep pengukuran variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, sebagai berikut:

1. Faktor Internal:

a. Kekuatan (*Strengths*)

- 1) Lokasi strategis: lokasi pasar yang mudah diakses oleh pengunjung
- 2) Sudah banyak yang mengetahui pasar sapi/*Blante* Kawangkoan
- 3) Pendistribusian hingga luar daerah
- 4) Mempunyai banyak pengunjung
- 5) Dikelola oleh pemerintah Kabupaten Minahasa
- 6) Cara pemasaran atau transaksi yang unik

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Sanitasi yang kurang memadai
- 2) Fasilitas bangunan yang kurang memadai/keterbatasan infrastruktur
- 3) Kurangnya kesadaran akan inovasi baru
- 4) Fasilitas tempat parkir yang kurang memadai

Tabel 1. Jumlah Responden

No.	Responden	Jumlah (orang)
1.	Pemerintah (Lurah Uner Satu)	1
2.	Kepala pasar	1
3.	Petugas Penagih (<i>Bayar Bea</i>)	1
4.	Pengunjung/pembeli	5
5.	Pedagang	4
6.	Masyarakat Sekitar	3
Jumlah		15

2. Faktor Eksternal:

a. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Hubungan kemitraan dengan daerah sekitar
- 2) Adanya dukungan dari pemerintah
- 3) Satu-satunya pasar hewan sapi/*Blante* yang ada di Indonesia bagian Timur

b. Ancaman (*Threats*)

- 1) Adanya penyakit infeksi virus terhadap hewan sapi
- 2) Perubahan pola pembelian melalui media sosial

Teknik analisis data

Dalam penelitian ini, metode analisis yang akan digunakan adalah Analisis SWOT. Seperti yang dijelaskan oleh Rangkuti (2015), Analisis SWOT melibatkan perbandingan antara faktor eksternal yang mencakup peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal yang mencakup

Deskripsi pasar sapi/*Blante* Kawangkoan

Kecamatan Kawangkoan memiliki pasar hewan yang disebut “Pasar Blante” yang merupakan bagian dari pasar tradisional Kawangkoan (Keloay *et al.*, 2022). Pasar tradisional ini sudah ada sejak tahun 1960-an (Weydekamp *et al.*, 2019). Pasar sapi/*Blante* terletak di wilayah Kecamatan Kawangkoan yang mayoritas penduduk pada waktu dulu adalah sebagai petani. Petani yang memiliki peliharaan hewan sapi. Lokasi Kecamatan Kawangkoan adalah lokasi strategis karena ada beberapa Kabupaten Kota harus melewati Kecamatan Kawangkoan. Hingga pada zaman dulu banyak orang tua yang memberi julukan pasar *Blante* Kawangkoan ada di perempatan Provinsi Sulawesi Utara. Di pasar *Blante* Kawangkoan bukan hanya menjual hewan sapi saja, tetapi juga menukar hewan sapi sesuai dengan selera dari para pengunjung. Sudah terhitung puluhan atau ratusan keberadaan pasar sapi/*Blante* di Kawangkoan (Mesra *et al.*, 2021).

Sejak pertama pasar sapi/*Blante* ada, selain para pembeli atau pengunjung, ada juga mereka yang disebut *maklar*. Orang-orang ini memiliki fungsi sebagai perantara

kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum daerah penelitian

Pasar sapi/*Blante* berlokasi di kelurahan Uner Satu Kecamatan Kawangkoan, Kabupaten Minahasa. Pusat Kecamatan Kawangkoan berkedudukan di Kelurahan Sendangan Tengah. Secara geografis Kecamatan Kawangkoan terletak pada 1°08'-1°09' Lintang Utara, 124°68'-124°86' Bujur Timur. Kecamatan Kawangkoan merupakan bagian integral dari Kabupaten Minahasa yang memiliki luas ± 15,02 km² yang terbagi dalam 4 wilayah Desa dan 6 Wilayah Kelurahan yang salah satunya adalah Kelurahan Uner Satu. Batas Wilayah Kecamatan Kawangkoan yaitu:

- a) Sebelah utara :Kec. Kawangkoan Utara
- b) Sebelah Selatan : Kec. Tompaso
- c) Sebelah Timur : Kec. Remboken dan Kec. Tompaso
- d) Sebelah Barat : Kec. Kawangkoan Barat

antara penjual dan pembeli atau juga perantara bagi mereka yang akan menukar sapi mereka. Para pelaku pasar yang terlibat adalah masyarakat yang berasal dari Kabupaten Minahasa, Kabupaten Bolaang Mongondow, Kota Tomohon, kota Bitung, hingga Gorontalo dan Palu.

Pasar *Blante* adalah pasar hewan di Sulawesi Utara yang khusus menjual dan membeli hewan, yang dikelola oleh Dinas Pasar Kabupaten Minahasa untuk memantau kesehatan hewan dan pendistribusian hewan sapi. Pembeli hewan sapi berasal dari berbagai latar belakang dan tujuan yang berbeda-beda, ada yang ingin membeli sapi untuk disembelih dan dijual, ada pula yang ingin membeli sapi untuk ditenakkan, menjadikan hewan peliharaan dan membantu pekerjaan ladang atau membeli sapi muda yang akan dipelihara untuk dijual kembali.

Fungsi pasar ini adalah untuk menjaga dan mempertahankan nilai-nilai sejarah ini sehingga nilai-nilai tersebut dapat terus diteruskan dari satu generasi ke generasi berikutnya, dan tetap menjadi bagian dari identitas masyarakat Minahasa (Mesra *et al.*, 2021).

Identifikasi faktor internal dan eksternal

a. Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor – faktor dari dalam wilayah pasar yang sangat strategis untuk dikembangkan atau dihilangkan berdasarkan pada hasil identifikasi. Faktor internal berasal dari dalam Pasar sapi/*Blante* Kawangkoan. Faktor internal ini terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang terdapat pada pasar sapi/*Blante* Kawangkoan.

Kekuatan (*strenghts*)

- 1) Lokasi strategis: lokasi pasar yang muda diakses oleh pengunjung, itu dibuktikan dengan padatnya pengunjung hingga mengakibatkan tempat parkir menjadi sulit.
- 2) Sudah banyak yang mengetahui pasar sapi/*Blante*, orang – orang yang berkunjung datang dari berbagai daerah bahkan dari luar Provinsi seperti Sulawesi Tengah, Gorontalo, Sulawesi Selatan, Sulawesi Barat, Dll.
- 3) Pendistribusian hingga luar daerah, karena banyak juga permintaan hewan sapi dari pasar sapi/*Blante* Kawangkoan untuk dibawa ke daerah lain baik di luar Kabupaten maupun luar Provinsi. Penduduk di Kecamatan Kawangkoan yang memiliki pekerjaan sopir baik sopir truk ataupun mobil *pickup* mendapat keuntungan karena mendistribusikan hewan sampai ke luar daerah.
- 4) Pasar sapi/*Blante* mempunyai banyak pengunjung, ada yang membawa hewan untuk di jual ada juga yang membawa hewan sapi untuk ditukar dengan sapi lain. Ada pula orang yang menjadi perantara antara pembeli dan penjual yang biasa disebut dengan *maklar*. Semua yang membawa hewan rata – rata lebih dari dua orang jadi dapat dibayangkan banyaknya pengunjung pada saat pasar sapi/*Blante* berlangsung.
- 5) Pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dikelola oleh pemerintah Kabupaten Minahasa lewat pemerintah Kecamatan kawangkoan. Pemerintah Kabupaten Minahasa didalamnya juga dinas pasar, selalu mengawasi dan mendampingi saat pelaksanaan pasar sapi/*Blante*, juga terdapat surat keterangan pembelian

hewan sapi yang dikeluarkan oleh pihak pasar.

- 6) Cara pemasaran atau transaksi di pasar sapi/*Blante* yang cukup unik. Ada pembeli yang langsung bertransaksi dengan penjual, ada juga yang memilih seorang pengantara (*maklar*) setelah transaksi atau kesepakatan tukar menukar telah sah, maka ada tanda khusus bagi orang – orang yang ada di pasar sapi/*Blante*. Tanda yang dimaksud adalah jabat tangan dengan cara atau kebiasaan mereka.

Kelemahan (*Weaknesses*)

- 1) Keadaan sanitasi dan lingkungan di pasar sapi/*Blante* kurang mendukung yang letak/posisi pasar sapi/*Blante* yang lebih rendah dari permukaan jalan, membuat air dari jalan atau dari tempat yang lebih tinggi menumpuk di lokasi pasar jika musim hujan juga tidak adanya saluran air membuat air lebih banyak lagi masuk ke lokasi pasar sapi/*Blante*. Akibatnya kebersihan pasar kurang diperhatikan.
- 2) Fasilitas bangunan yang kurang memadai, bangunan di lokasi pasar sapi/*Blante* sudah lama dibangun dan sudah cukup lama tidak diperbaiki. Ada beberapa bangunan besar dan luas namun tidak maksimal lagi digunakan karena kondisi yang sudah rusak. Hal yang dikesampingkan juga oleh pemerintah dan dinas terkait adalah tidak menyiapkan sarana atau tempat penampungan kotoran hewan, itu mengakibatkan kotoran berserakan dimana – mana.
- 3) Kurangnya kesadaran akan inovasi baru, seiring dengan perkembangan zaman diharapkan juga sistem pemasaran atau transaksi di pasar sapi/*Blante* semakin berkembang tapi tidak halnya yang terjadi saat ini. Inovasi baru sebenarnya dapat dikembangkan lewat sumber – sumber dari media yang ada, seperti media sosial yang semakin berkembang. Inovasi baru bisa datang dari pengelolaan juga dari pengunjung yang datang ke pasar sapi/*Blante*.
- 4) Fasilitas tempat parkir yang kurang memadai, banyaknya kendaraan yang datang di pasar sapi/*Blante* memerlukan lahan parkir yang luas. Tapi pada kenyataannya kendaraan hanya di parkir

di lahan yang seharusnya menjadi tempat hewan sapi. Hal ini juga menyebabkan kemacetan jalan yang menuju ke lokasi pasar sapi/*Blante*.

b. Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor – faktor yang berasal dari luar wilayah pasar yang berpengaruh terhadap pengembangan wilayah pasar, sehingga perlu diidentifikasi dalam meningkatkan pengembangan tersebut. Faktor eksternal berasal dari luar Pasar sapi/*Blante* Kawangkoan. Faktor eksternal ini terdiri dari peluang dan ancaman yang akan dihadapi dalam pengembangan.

Peluang (*Opportunities*)

- 1) Hubungan kemitraan dengan daerah sekitar, karena banyaknya hewan sapi yang dibawa selain dari kabupaten Minahasa sehingga terjalin hubungan kemitraan.
- 2) Adanya dukungan dari pemerintah melalui dikeluarkannya surat izin pendistribusian apabila melakukan transaksi dengan daerah luar dari Sulawesi Utara.
- 3) Satu-satunya pasar hewan sapi/*Blante* yang ada di Indonesia bagian Timur, ada beberapa provinsi yang sering datang ke pasar sapi/*Blante* Kawangkoan yaitu: Sulawesi Tengah, Gorontalo, Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan.

Ancaman (*Threats*)

- 1) Adanya penyakit infeksi virus terhadap hewan sapi merupakan salah satu ketakutan dari penjual karena membuat harga hewan sapi turun.
- 2) Perubahan pola pembelian melalui media sosial, di era digital saat ini peran media sosial juga berpengaruh pada pola pemasaran atau transaksi di pasar sapi/*Blante*. Ada beberapa calon pembeli atau penjual yang melakukan transaksi sudah melalui media sosial, seperti grup facebook dan tidak lagi bertransaksi di pasar sapi/*Blante*. Perubahan ini secara tidak langsung menjadi ancaman akan berlangsungnya pasar *Blante* di masa yang akan datang.

Analisis SWOT

Dalam menganalisis strategi pengembangan pasar sapi/*Blante*

Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung dapat menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT melibatkan perbandingan antara faktor eksternal yang mencakup peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal yang mencakup kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis yang membagi faktor-faktor menjadi dua kategori, yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari lingkungan eksternal, baik itu dalam skala mikro maupun makro ekonomi, yang melibatkan peluang dan ancaman (*opportunities and threats*) yang dapat memengaruhi organisasi. Sementara itu, faktor internal melibatkan kekuatan (*strength*) yang digunakan untuk mengevaluasi sisi positif atau keunggulan dari perusahaan, serta kelemahan (*weaknesses*) yang digunakan untuk mengevaluasi sisi negatif atau kelemahan dari perusahaan. Begitu pula dengan penelitian terdahulu yaitu Strategi pengembangan pasar tradisional sebagai upaya peningkatan kepuasan pedagang dan pengunjung pada pasar rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara yang menggunakan Analisis SWOT dengan tujuan penelitian untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan pasar tradisional sebagai upaya peningkatan kepuasan pedagang dan pengunjung pasar rakyat Tombatu (Pangau *et al*, 2022).

- Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal merupakan hasil identifikasi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh terhadap pasar sapi/*Blante* Kawangkoan. Penentuan bobot dan rating diperoleh dari 15 responden dengan mengisi kuesioner, dan untuk skor diperoleh dari mengalihkan bobot dan rating.

Berdasarkan pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa mempunyai banyak pengunjung menjadi salah satu nilai tertinggi dari kekuatan dengan skor 0,418 yang menjadi kekuatan utama dari pasar sapi/*Blante* Kawangkoan yang artinya kekuatan yang paling penting. Sedangkan fasilitas tempat parkir yang kurang memadai menjadi kelemahan utama dari pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dengan skor 0,112.

- Analisis Faktor Eksternal

Analisis faktor Eksternal merupakan hasil identifikasi faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman yang berpengaruh terhadap pasar sapi/*Blante* Kawangkoan. Penentuan bobot dan rating diperoleh dari 15 responden dengan mengisi kuesioner, dan untuk skor diperoleh dari mengalihkan bobot dan rating.

Berdasarkan pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa Merupakan satu – satunya pasar sapi/*Blante* yang ada di Indonesia bagian timur merupakan peluang terbesar dari pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dengan skor 0,738. Sedangkan pola transaksi melalui media sosial menjadi ancaman terbesar dari pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dengan skor 0,310.

Tabel 4. Analisis Faktor Strategi Internal

No	Kekuatan (<i>Strength</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Lokasi strategis, lokasi pasar yang mudah diakses oleh pengunjung	0.103	4.00	0.411
2	Dikelola oleh Pemerintah Kabupaten	0.099	3.07	0.305
3	Pendistribusian hingga keluar daerah	0.096	3.47	0.332
4	Sudah banyak yang mengetahui pasar sapi/ <i>Blante</i>	0.105	3.93	0.411
5	Mempunyai banyak pengunjung	0.105	4.00	0.418
6	Cara pemasaran atau transaksi unik	0.103	4.00	0.411
Jumlah Kekuatan				2.289
<i>Kelemahan (Weakness)</i>				
1	Fasilitas bangunan yang kurang memadai	0.092	1.40	0.129
2	Sanitasi yang kurang memadai	0.096	2.20	0.211
3	Kurangnya kesadaran akan inovasi baru	0.098	2.27	0.221
4	Fasilitas tempat parkir yang kurang memadai	0.105	1.07	0.112
Jumlah Kelemahan				0.673
Kekuatan dan Kelemahan		1.000	2.962	
Skor Kekuatan - Kelemahan = 2,289 - 0,673 = 1,616				

Tabel 5. Analisis Faktor Strategi Eksternal

No	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Skor
1	Merupakan satu-satunya pasar sapi/ <i>Blante</i> yang ada di Indonesia bagian timur	0.209	3.53	0.738
2	Adanya dukungan dari pemerintah	0.205	3.53	0.725
3	Hubungan kemitraan dengan daerah sekitar	0.202	3.33	0.671
Jumlah Peluang				2.134
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Perubahan pola transaksi melalui media sosial	0.194	1.60	0.310
2	Adanya penyakit infeksi virus terhadap hewan sapi	0.190	2.33	0.443
Jumlah Ancaman				0.753
Peluang dan Ancaman		1.000	2.887	
Skor Peluang - Ancaman = 2,134 - 0,753 = 1,381				

Pemetaan posisi

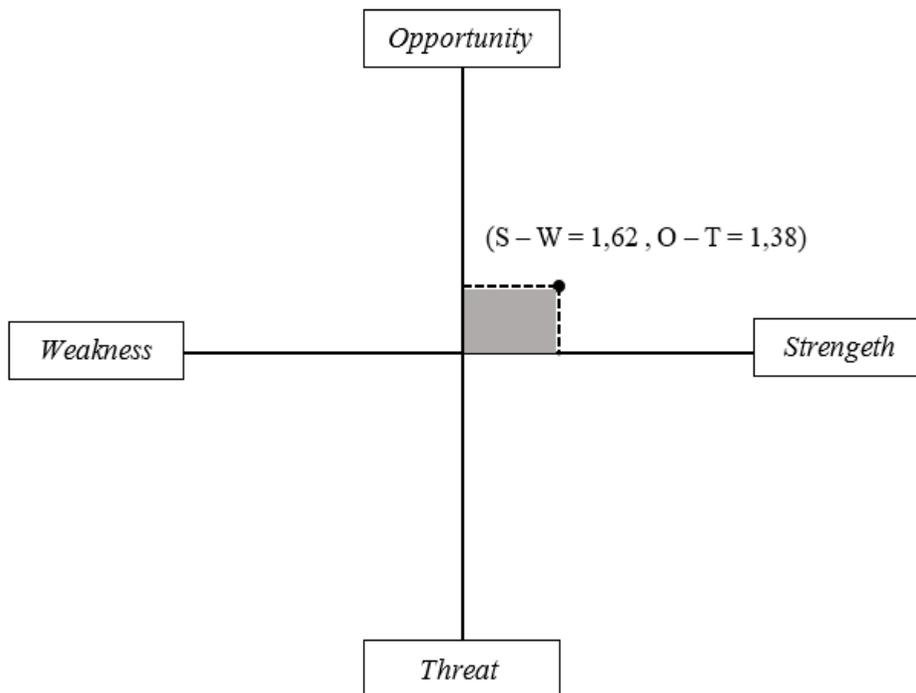
Gambar 1 menunjukkan bahwa posisi strategi pengembangan pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung terletak pada posisi kuadran I (1.62 , 1.38) atau antara peluang dan kekuatan (mendukung strategi). Strategi pengembangan yang sesuai dengan posisi pengembangan pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung adalah strategi S-O.

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah matriks yang menginteraksikan faktor strategi internal dan eksternal. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki (Rangkuti, 2015). Matriks SWOT merupakan dasar perumusan

strategi pengembangan pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung. Alternatif strategi merupakan hasil matriks analisis SWOT yang menghasilkan beberapa strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T (Rangkuti, 2015).

Alternatif strategi yang dapat diterapkan pada pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung adalah strategi S-O atau Kuadran I. Kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan, memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada, strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Rangkuti, 2014). Sehingga strategi S-O dari penelitian ini yaitu mengeksplor keunikan dari pasar sapi/*Blante* sehingga membuat banyak pengunjung yang datang bukan hanya di daerah kabupaten Minahasa tapi ada di daerah Indonesia bagian timur, memaksimalkan dukungan dari pemerintah dalam pendistribusian hingga keluar daerah serta hubungan kemitraan dengan daerah sekitar.



Gambar 1. Matriks Posisi Pengembangan Pasar Sapi/*Blante* Kawangkoan

Tabel 6. Matriks Analisis SWOT

	Strengeth (S)	Weakness (W)
IFAS	S1. Lokasi strategis: lokasi pasar yang mudah diakses oleh pengunjung S2. Dikelola oleh pemerintah Kabupaten S3. Pendistribusian hingga keluar daerah S4. Sudah banyak yang mengetahui pasar sapi/ <i>Blante</i> S5. Mempunyai banyak pengunjung S6. Cara pemasaran atau transaksi yang unik	W1. Fasilitas bangunan yang kurang memadai W2. Sanitasi yang kurang memadai W3. Kurangnya kesadaran akan inovasi baru W4. Fasilitas tempat parkir yang kurang memadai
EFAS		
Opportunities (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
O1. Merupakan satu-satunya pasar sapi/ <i>Blante</i> yang ada di Indonesia Bagian Timur O2. Adanya dukungan dari pemerintah O3. Hubungan kemitraan dengan daerah sekitar	1. Peningkatan strategi serta mengeksplor keunikan dari pasar sapi/ <i>Blante</i> sehingga membuat banyak pengunjung yang datang bukan hanya di daerah kabupaten Minahasa tapi ada di daerah Indonesia bagian timur (S1, S4, S5, S6, O1) 2. Memaksimalkan dukungan dari pemerintah dalam pendistribusian hingga keluar daerah serta hubungan kemitraan dengan daerah sekitar (S2, S3, O2, O3)	1. Meningkatkan pengembangan fasilitas bangunan juga akses tempat parkir serta penanggulangan sanitasi di pasar sapi/ <i>Blante</i> Kawangkoan melalui instansi-instansi terkait (W1, W2, W4, O2) 2. Karena merupakan satu-satunya pasar sapi/ <i>Blante</i> yang ada di Indonesia bagian timur, bagus dikembangkan inovasi baru guna untuk menarik pengunjung juga menjalin hubungan kemitraan yang baik dengan daerah sekitar (W3, O1, O3)
Threats (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
T1. Perubahan pola transaksi melalui media sosial T2. Adanya penyakit infeksi virus terhadap hewan sapi	1. Memaksimalkan pemeriksaan kesehatan hewan sapi secara berkalah (S1, S2, S3, T2) 2. Pengembangan cara pemasaran dalam yang unik melalui media sosial (S4, S5, S6, T1)	1. Dilakukan perbaikan infrastruktur serta peningkatan kebersihan guna untuk menjaga kesehatan hewan sapi (S1, S2, S3, T2) 2. Penyediaan sarana untuk pengembangan inovasi baru melalui media sosial (S3, T1)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Strategi pengembangan pasar sapi/*Blante* Kawangkoan dalam meningkatkan kepuasan pengunjung terletak pada posisi kuadran I yaitu strategi agresif. Strategi-strategi yang perlu dilakukan yaitu: Peningkatan strategi serta mengeksplor keunikan dari pasar sapi/*Blante* sehingga

membuat banyak pengunjung yang datang bukan hanya di daerah kabupaten Minahasa tapi ada di daerah Indonesia bagian timur, Memaksimalkan dukungan dari pemerintah dalam pendistribusian hingga keluar daerah serta hubungan kemitraan dengan daerah sekitar.

Saran

Dalam hal ini pemerintah atau instansi terkait harus lebih memperhatikan perkembangan teknologi sekarang agar tercetus inovasi – inovasi baru guna untuk memajukan pasar sapi/*blante* Kawangkoan di era modern ini. Serta memperhatikan fasilitas infrastruktur dan fasilitas lainnya guna untuk meningkatkan kepuasan akan pengunjung, dan menjadikan pasar sapi/*Blante* yang dikenal bukan hanya di daerah Indonesia bagian timur tapi di manca negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, R. 2018. Dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang di pasar Bulu Semarang. *Economics Development Analysis Journal*, 6(2): 215-220.
- Febrianty, D. 2013. Model revitalisasi pengelolaan pasar tradisional. *Jurnal Sosial Ekonomi Pekerjaan Umum*, 5(3): 140-216.
- Keloay, F. C., S. P. Pangemanan dan J. Pandey. 2022. Saluran dan margin pemasaran sapi potong di Kecamatan Kawangkoan Kabupaten Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1): 984-995.
- Mesra R., M. Lamadirisi dan S. Fathimah. 2021. Fungsi pasar sapi/*blante* bagi masyarakat Minahasa. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 8(2): 73-85.
- Nugroho, B. A. A., dan H. Nurcahyanto. 2016. Strategi pengembangan pasar tradisional di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 5(1): 187-198.
- Pangau, A. P. S., J. D. Massie dan D. C. A. Lintong. 2022. Strategi pengembangan pasar tradisional sebagai upaya peningkatan kepuasan pedagang dan pengunjung pada pasar rakyat Tombatu Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3): 840-849.
- Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot rating dan OCAI. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2015. Analisis SWOT : teknik membedah kasus bisnis cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2015. Personal analisis SWOT. PT Gramedia Pustaka Utama anggota IKAPI. Jakarta.
- Saputra P. A., dan A. Nugroho. 2017. Perancangan dan implementasi survei kepuasan pengunjung berbasis web di perpustakaan daerah Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi*, 15(1): 63-71.
- Sitoro, S. 2022. Analisis tingkat kepuasan pengunjung pasar induk dan pasar dadakan (pasar tumpah) di Sangatta Utara. *Jurnal Tinta Nusantara*, 8(1): 37-44.
- Stutiari, N. P. E., dan S. Arka. 2019. Dampak revitalisasi pasar tradisional terhadap pendapatan pedagang dan tata kelola pasar di Kabupaten Badung. *E-Jurnal EP Unud*, 8(1): 148-178.
- Sukaatmadja, I. P. G., N. Nyoman, K. Yasa dan H. Rahyuda. 2015. Strategi pengembangan pasar tradisional berbasis kearifan lokal untuk mengentaskan kemiskinan di Bali. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(2): 121-129.
- Tamiang, S. A. 2023. Revitalisasi pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang (studi kasus pasar Idi Aceh Timur). *Jurnal Ekonomi Syari'ah*, 3(1): 41-58.
- Tuwo, M., W. Y. Rompas dan R. Mambo. 2023. Pengelolaan pasar blante untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Kecamatan Tompaso Kabupaten Minahasa. *Jurnal administrasi Publik*, 9(3): 475-484.
- Van, D. K., dan I. Ratnasari. 2022. Pengaruh citra destinasi dan promosi terhadap

kepuasan wisatawan di Puncak Sempur Kabupaten Karawang. Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, 8(1): 362-372.

Weydekamp, J., T. D. Lumi, E. K. Endoh dan F. N. Oroh. 2019. Pola pemasaran sapi potong jenis peranakan ongole di pasar blantik Kawangkoan (studi kasus). Zootec, 39(2): 435-443.

Yuliantoharinugroho, Y., dan W. Fahlefi. 2022. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengunjung pasar seni dan wisata Gabusan, Sewon, Bantul, Diy. Manajemen, Bisnis dan Ekonomi, 1(1): 23-24.