STRATEGI PENGELOLAAN PASAR BARU SOREK SATU DI KECAMATAN PANGKALAN KURAS KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU

OLEH :

MURDIFINA IKHWANI
174210021

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

STRATEGI PENGELOLAAN PASAR BARU SOREK DI KECAMATAN PANGKALAN KURAS KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU

SKRIPSI

NAMA	**: MURDIFINA IKHWANI**
NPM	**: 174210021**
PROGRAM STUDI	**: AGRIBISNIS**

KARYA TULIS ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN DALAM UJIAN KOMPREHENSIF YANG DILAKSANAKAN PADA TANGGAL 18 NOVEMBER 2021 DAN TELAH DISEMPURNAKAN SESUAI SARAN YANG DISEPAKATI. KARYA ILMIAH INI MERUPAKAN SYARAT PENYELESAIAN STUDI PADA FAKULTAS PERTANIAN UNIVERSITAS ISLAM RIAU

MENYETUJUI

DOSEN PEMBIMBING

SRI AYU KURNIATI, SP., M.Si

DEKAN FAKULTAS PERTANIA UNIVERSITAS ISLAM RIAU	**KETUA PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**
Dr. Ir. Hj. SITI ZAHRAH, MP	**SISCA VAULINA, SP., MP**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KARYA ILMIAH INI TELAH DIPERTAHANKAN
DALAM UJIAN KOMPREHENSIF FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

TANGGAL 18 NOVEMBER 2021

No.	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN
1	Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si	Ketua	1.
2	Dr. Ir. Ujang Paman Ismail, M.Agr	Anggota	2.
3	Hajry Arief Wahyudy, SP., M.MA	Anggota	3.
4	Ilma Satriana Dewi, SP., M.Si	Notulen	4.

Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PERSEMBAHAN

بسم الله الرحمن الرحيم

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu

Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah Bacalah

dan Tuhanmulah yang maha mulia yang mengajar manusia dengan pena

Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya (QS: Al-'Alaq 1-5)

Assamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah…Alhamdulillahiraobbil'alamin

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada kedua orang tua saya, Bapak H. Muhammad dan Ibu Hj. Siti Hawa. Keduanya lah yang membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai. Terimakasih atas segala pengorbanan, nasihat, dan doa baik yang tidak pernah berhenti kalian berikan.

Terimakasih untuk orang-orang yang sangat saya sayangi: kakak-kakak saya Khardi, S.IP, Ratna Wati, A.Md.Keb, Norbiatun, S.Sos, Adhe Christine Soenarno, Ns. Arisman Susilo, S.Kep dan Riky Saputra. Dan keponakan-keponakan saya Alby Nauval Afuza, Ayesha Adzkia Samha Saufa, Alifa Nauvalin Fikria Rabbani, Afifa Nuri Azalia, Rafiqi Zayn Syadzali, dan Fadila

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Efendi. Terkadang, kerika saya kehilangan kepercayaan pada diri saya sendiri, kalian di sini untuk percaya pada saya.

Skripsi ini merupakan persembahan istimewa untuk orang yang saya cintai Leo Ramadona, S.T. Terimakasih atas dukungan, kebaikan, perhatian, dan waktu yang selalu dilimpahkan untuk saya. Terimakasih kepada Bapak H. Nantik dan Ibu Hj. Siti Aida, Bapak H. Rusli dan Ibu Hj. Dosu yang telah memberi nasihat seperti anak kandung sendiri, memberi dukungan dan doa selalu untuk saya.

Terimakasih kepada Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP., M.Si selaku Dosen Pembimbing. Terimakasih atas bimbingan, masukan dan nasihat dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih untuk seluruh ilmu yang pernah Ibu berikan kepada saya, semoga dapat menjadi bekal untuk saya dimasa mendatang.

Kepada teman-teman seperjuangan yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua yang selalu memberikan bantuan yang tak terhingga.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BIOGRAFI PENULIS

Murdifina Ikhwani lahir di Sorek Satu, Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan Provinisi Riau pada tanggal 07 September 1999. Merupakan anak keempat dari empat bersaudara dari pasangan Bapak H. Muhammad dan Ibu Hj. Siti Hawa. Telah menyelesaikan pendidikan di Taman Kanak-Kanak Tunas Harapan Sorek Satu pada tahun 2005. Kemudian menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SDN 003 Sorek Satu pada tahun 2011. Kemudian menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 1 Pangkalan Kuras pada tahun 2014. Kemudian menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Pangkalan Kuras pada tahun 2017. Kemudian pada tahun 2017 penulis melanjutkan Studi Strata Satu (S1) di Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Islam Riau dan telah menyelesaikan studi serta dipertahankan dengan Ujian Komprehensif pada meja hijau dan memperoleh gelar Sarjana Pertanian (SP) pada tanggal 18 November 2021 dengan judul "Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau".

Murdifina Ikhwani, SP

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRAK

Murdifina Ikhwani (174210021) Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Bimbingan Ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si.

Perkembangan pasar di Kabupaten Pelalawan semakin pesat. Pengelola dituntut agar dapat mengubah pandangan masyarakat tentang pasar yang terkesan kotor, kumuh, dan tidak tertata menjadi pasar yang nyaman, rapi dan bersih. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) Profil pasar (2) Karakteristik pengelola (3) Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengelolaan pasar (4) Strategi pengelolaan pasar di Pasar Baru Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan metode survei, dengan jumlah responden sebanyak 60 orang yang terdiri dari 5 orang pengelola, 40 orang pedagang, 14 orang konsumen dan 1 orang pejabat daerah. Analisis data yang digunakan yaitu Analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Pasar Baru Sorek Satu memiliki lokasi yang sangat strategis karena terletak di tengah-tengah ibukota Kecamatan Pangkalan Kuras, dengan luas lahan 2 Ha. Kondisi fisik pasar berupa bangunan kios, los dan dasaran terbuka yang dapat dipergunakan oleh pedagang. (2) Rata-Rata umur pengelola yaitu 40,4 tahun, jenis kelamin mayoritas perempuan, rata-rata lama pendidikan pengelola yaitu 12,4 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga yaitu 3 jiwa dan rata-rata-rata pengalaman kerja pengelola yaitu 3 tahun. (3) Faktor internal pada Pasar Baru Sorek Satu: adanya bantuan dana pembangunan pasar dari pemerintah, aksesibilitas mudah dijangkau karena infrastruktur jalan dengan kondisi baik, jenis komoditi yang diperjual-belikan lebih bervariasi dan lengkap, memiliki izin operasional dari pemerintah Kabupaten Pelalawan, tidak adanya program kerja dari pengelola, kebersihan kurang baik, sistem keamanan kurang baik, ketertiban kurang baik, fasilitas lengkap tetapi tidak terawat dengan baik, dan jumlah pengelola masih kurang. Sedangkan faktor eksternalnya: lokasi Pasar Baru Sorek Satu sangat strategis karena teletak di tengah-tengah ibukota kecamatan Pangkalan Kuras, memberikan dampak terhadap pendapatan masyarakat sekitar pasar, memberikan kesempatan kepada investor untuk pendanaan pengelolaan pasar, semakin banyak berkembangnya ruko-ruko di sekitar pasar, keberadaan pasar pesaing (pasar kaget) makin meningkat dan pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat. (4) Berdasarkan matriks SWOT diketahui bahwa Pasar Baru Sorek Satu berada di kuadran I atau pada posisi *Strenght-Opportunities* (SO), ini mendukung strategi agresif *(growh orientedstrategy*, dan strategi yang dapat dilakukan adalah dengan perbaikan sarana dan prasarana dan perbaikan tata letak berjualan yang ada di Pasar Baru Sorek Satu sehinga lebih rapi dan tertata.

Kata Kunci: Pasar Tradisional, Strategi Pengelolaan, SWOT

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ABSTRACT

Murdifina Ikhwani (174210021) New Market Management Strategy Sorek Satu in Pangkalan Kuras District, Pelalawan Regency, Riau Province. Guidance Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Sc

The market development in Pelalawan Regency is growing rapidly. Managers are required to be able to change people's views about markets that seem dirty, shabby, and unorganized into markets that are comfortable, neat and clean. This study aims to analyze: (1) Market profile (2) Manager characteristics (3) Internal and external factors that influence market management (4) Market management strategies in Pasar Baru Sorek Satu, Pangkalan Kuras District, Pelalawan Regency, Riau Province. This study uses a survey method, with a total of 60 respondents consisting of 5 managers, 40 traders, 14 consumers and 1 regional official. The data analysis used is SWOT analysis. The results of this study indicate that (1) Pasar Baru Sorek Satu has a very strategic location because it is located in the middle of the capital city of Pangkalan Kuras District, with a land area of 2 Ha. The physical condition of the market is in the form of kiosk buildings, stalls and open bases that can be used by traders. (2) The average age of the manager is 40.4 years, the gender of the majority is female, the average length of education for the manager is 12.4 years, the average number of dependents in the family is 3 people and the average work experience of the manager is 3 years. (3) Internal factors in Pasar Baru Sorek Satu: the existence of market development funds from the government, accessibility is easy to reach because the road infrastructure is in good condition, the types of commodities traded are more varied and complete, have an operational permit from the Pelalawan Regency government, there are no the work program of the manager, cleanliness is not good, the security system is not good, order is not good, the facilities are complete but not well maintained, and the number of managers is still lacking. While external factors: the location of Pasar Baru Sorek Satu is very strategic because it is located in the middle of the sub-district capital of Pangkalan Kuras, has an impact on the incomes of the community around the market, provides opportunities for investors to fund market management, the development of more shophouses around the market, the existence of competitor market (surprise market) is increasing and the growth of modern market is increasing. (4) Based on the SWOT matrix, it is known that Pasar Baru Sorek Satu is in quadrant I or in the Strenght-Opportunities (SO) position, this supports an aggressive strategy (growh oriented strategy, and the strategies that can be done are by improving facilities and infrastructure and improving the selling layout in Pasar Baru Sorek Satu so that it is more neat and organized.

Keywords: Traditional Market, Management Strategy, SWOT

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau".

Skripsi ini tidak mungkin akan selesai dengan baik dan benar tanpa adanya bantuan, bimbingan, nasehat, serta motivasi dari berbagai pihak baik dari segi moril maupun materil. Oleh karena itu rasa terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat ibu Hj. Sri Ayu Kurniati, SP, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam mengarahkan skripsi ini. Tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada orang tua dan berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu baik dari segi moril maupun materil sehingga skripsi ini selesai tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik dari pembaca yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca baik dalam dunia pendidikan maupun dalam pengaplikasiannya dalam kehidupan sehari-hari.

Pekanbaru, November 2021

Penulis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI ii

DAFTAR TABEL v

DAFTAR GAMBAR vi

DAFTAR LAMPIRAN vii

BAB I. PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian 4

1.4 Manfaat Penelitian 5

1.5 Ruang Lingkup Penelitian 5

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA 6

2.1 Pasar Tradisional 6

2.2 Ciri-ciri Pasar Tradisional 14

2.3 Peran dan Fungsi Pasar Tradisional 15

2.4 Keunggulan dan Kelemahan Pasar Tradisional 18

2.5 Pengelolaan Pasar Tradisional 19

2.6 Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional 25

2.6.1 Faktor Internal dan Eksternal 26

2.6.2 Analisis SWOT 28

2.7 Penelitian Terdahulu 33

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.8 Kerangka Pemikiran Penelitian 39

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN 41

3.1 Metode, Tempat dan Waktu 41

3.2 Teknik Penentuan Responden 41

3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data 42

3.4 Konsep Operasional 43

3.5 Analisis Data 44

3.5.1 Profil Pasar Baru Sorek Satu 45

3.5.2 Karakteristik Pengelola Pasar Pasar Baru Sorek Satu 45

3.5.3 Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pasar Baru Sorek Satu . 45

3.5.4 Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu 47

BAB IV. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN 50

4.1 Keadaan Geografis dan Topografi 50

4.2 Keadaan Penduduk 51

4.2.1 Umur dan Jenis Kelamin 51

4.2.2 Tingkat Pendidikan 52

4.2.3 Mata Pencaharian 53

4.3 Sarana dan Prasarana Ekonomi 53

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN 55

5.1 Profil Pasar Baru Sorek Satu 55

5.1.1 Gambaran Umum 55

5.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan 56

5.1.3 Struktur Organisasi 57

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.1.4 Tugas dan Wewenang 57
5.2 Karakteristik Pengelola Pasar Baru Sorek Satu 59
5.2.1 Umur 59
5.2.2 Jenis Kelamin 60
5.2.3 Tingkat Pendidikan 60
5.2.4 Jumlah Tanggungan Keluarga 61
5.2.5 Pengalaman Kerja 61
5.3 Faktor Internal dan Eksternal Pasar Baru Sorek Satu 62
5.3.1 Faktor Internal 62
5.3.2 Faktor Eksternal 63
5.4 Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu 65
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN 73
6.1 Kesimpulan 73
6.2 Saran 74
DAFTAR PUSTAKA 75
LAMPIRAN 78

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

1. Matriks SWOT 32
2. Teknik Penentuan Responden 42
3. Matriks IFAS *(Internal Factors Analysis Summary)* 46
4. Matriks EFAS *(Exsternal Factors Analysis Summary)* 47
5. Penduduk di Kelurahan Sorek Satu Berdasarkan Usia, 2021..... 51
6. Penduduk di Kelurahan Sorek Satu Berdasarkan Jenis Kelamin, 2021 52
7. Tingkat Pendidikan di Kelurahan Sorek Satu, 2021..... 53
8. Mata Pencaharian di Kelurahan Sorek Satu, 2021 53
9. Sarana Ekonomi di Kelurahan Sorek Satu, 2021 54
10. Prasarana Ekonomi di Kelurahan Sorek Satu, 2021..... 54
11. Jumlah Pedagang Pasar Baru Sorek Satu 56
12. Karakteristik Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu..... 59
13. Matriks IFAS *(Internal Factors Analysis Summary)* 66
14. Matriks EFAS *(Exsternal Factors Analysis Summary)*..... 67
15. Matriks SWOT Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu 70

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

1. Diagram Analisis SWOT 30

2. Kerangka Pemikiran Penelitian 40

3. Struktur Organisasi Pengelola Pasar Baru Sorek Satu 57

4. Diagram Kuadran SWOT 68

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1. Data Karakteristik Pengelola 78
2. Profil Pasar Daerah Tahun 2016 Kabupaten Pelalawan 79
3. Dokumentasi 82

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan pokok sudah berlangsung sejak manusia itu ada dan kegiatan pemenuhan kebutuhan pokok memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya. Aktivitas usaha yang dilakukan di pasar pada dasarnya akan melibatkan dua subjek pokok, yaitu produsen dan konsumen. Subjek tersebut mempunyai peranan yang besar terhadap pembentukan harga barang di pasar. Hal ini didasari oleh faktor perkembangan ekonomi yang awalnya hanya bersumber pada masalah untuk memenuhi kebutuhan hidup (Superti, 2016).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2019) bahwa di Provinsi Riau terdapat 690 pasar rakyat, dimana 559 pasar dengan pengelola dan 131 pasar tanpa pengelola. Terdapat 17 pusat perbelanjaan dan 36 toko swalayan yang tersebar di 12 Kabupaten/Kota. Pengelola pasar-pasar ini terbagi dua yaitu pemerintah dan swasta. Menurut waktu beroperasinya terbagi dua yaitu setiap hari dan satu hari per minggu. Pedagang yang berjualan terbagi dua yaitu pedagang tetap dan tidak tetap atau pedagang yang datang dari luar daerah tersebut.

Salah satu daerah yang melakukan pengelolaan pasar adalah Kabupaten Pelalawan. Berdasarkan data Profil Pasar Daerah Tahun 2016 di Kabupaten Pelalawan terdapat 60 pasar yang tersebar di 12 Kecamatan dan 60 desa. Masing-masing desa memiliki pasar masing-masing yang dikelola pemerintah dan swasta. Luas lahan pasar beragam berkisar dari 10.000 m^2 hingga 40.000 m^2, dalam kondisi baik dan memiliki surat kepemilikan. Fasilitas yang tersedia meliputi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

lahan parkir, meskipun tidak semua pasar memiliki tempat pemungutan suara, tempat pembuangan sampah (TPS), mandi mencuci kakus (MCK), dan tempat ibadah. Dapat dilihat pada lampiran 2.

Salah satu pasar tradisional di Kabupaten Pelalawan adalah Pasar Baru Sorek Satu. Pasar Baru Sorek Satu merupakan salah satu pasar tradisional dan menjadi salah satu pusat kegiatan jual beli masyarakat di Kecamatan Pangkalan Kuras dan sekitarnya, dari masyarakat kelas ekonomi menengah kebawah sampai masyarakat menengah keatas. Pasar Baru Sorek Satu juga merupakan satu-satunya pasar yang beroperasi setiap hari di Kecamata Pangkalan Kuras.

Pasar Baru Sorek Satu masih digunakan dan dikelola hingga saat ini. Bagi masyarakat Kecamatan Pangkalan Kuras pasar ini merupakan pasar yang paling besar dan lengkap. Pasar Baru Sorek Satu sudah pernah direnovasi dengan membuat los-los permanen yang lebih tertata dan bersih, namun pada kenyataannya sampai saat ini masih banyak pedagang yang tidak mau pindah ke los-los tersebut, mereka lebih memilih tetap berdagang pada los-los semi permanen yang sebelumnya dan ada juga yang berjualan di pinggir jalan.

Fasilitas yang kurang memadai antara lain adalah toilet umum dengan kondisi yang tidak layak untuk digunakan, mushola yang tidak terawat, dan lahan parkir yang sempit. Pengunjung pasar lebih memilih untuk beribadah diluar lokasi pasar dan tidak menggunakan toilet pasar karena minimnya air. Hal ini tidak sebanding dengan retribusi yang setiap hari dibayar oleh pedagang dan pengunjung pasar. Menjaga kebersihan pasar ini merupakan tanggung jawab dari pengelola pasar akan tetapi dengan jumlah pengelola yang sedikit maka pengelolaan menjadi tidak maksimal.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pedagang di Pasar Baru Sorek Satu banyak yang tidak mematuhi retribusi pasar. Hal ini dikarenakan banyak pedagang yang mengeluhkan kondisi pasar yang kurang nyaman. Terdapat banyak pedagang kaki lima yang masih tidak mentaati peraturan dengan berjualan di tepi jalan pasar bahkan ada yang memakai badan jalan pasar. Hal itu disebabkan karena pedagang kaki lima tidak mempunyai lahan untuk berjualan sehingga pasar menjadi kotor dan tidak tertata.

Kurangnya ketersediaan tempat sampah pada los-los para pedagang menyebabkan sampah berserakan bahkan sampah dibuang di pinggir jalan dan selokan. Hal tersebut membuat keadaan pasar semakin tidak nyaman bagi masyarakat yang ingin berbelanja ke Pasar Baru Sorek Satu karena pasar terlihat sangat kotor. Pengangkutan sampah ke bak sampah yang tersedia di pasar tidak berjalan dengan baik karena hanya mengandalkan petugas dari Dinas Kebersihan dan Lingkungan Hidup.

Beberapa permasalahan tersebut disebabkan oleh kurangnya pengawasan dari pengelola pasar dan kurangnya komunikasi, interaksi dan kerjasama antara pengelola pasar dengan pedagang baik yang di los, kios, dasaran, maupun kaki lima. Meskipun pengelola melakukan kunjungan langsung ke pasar setiap hari untuk memungut retribusi namun komunikasi dan interaksi antara pengelola dan pedagang masih dianggap kurang.

Menurunnya kinerja dari pengelola Pasar Baru Sorek Satu juga disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia karena jumlah tenaga kerja (pengelola) yang ada saat ini tidak mencukupi atau tidak memadai untuk mengawasi keadaan pasar setiap harinya. Sehingga tidak sebanding dengan jumlah pedagang dan pengunjung yang semakin meningkat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai "Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan berikut:

1. Bagaimana profil Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan?
2. Bagaimana karakteristik pengelola Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan?
3. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan?
4. Bagaimana strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Profil Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.
2. Karakteristik pengelola Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.
3. Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras kabupaten Pelalawan.
4. Strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, sebagai tambahan pengetahuan mengenai pengelolaan pasar tradisional dan merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau.
2. Bagi pengelola pasar, sebagai acuan dalam mengelola pasar tradisional.
3. Bagi pemerintah daerah, sebagai bahan pertimbangan kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan.
4. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan sebagai tambahan informasi dan pengetahuan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Baru Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan. Penelitian difokuskan pada visi dan misi, tujuan, dan struktur organisasi, serta tugas dan wewenang pengelola pasar, karakteristik pengelola pasar yaitu umur, jenis kelamin, pendidikan, jumlah tanggungan, dan pengalaman kerja, faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengelolaan pasar tradisional, dan strategi pengelolaan yang menggunakan analisis SWOT.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pasar Tradisional

Terdapat banyak pengertian yang menjelaskan tentang apa yang dimaksud dengan pasar. Secara umum, pasar adalah suatu tempat yang di dalamnya terdapat kegiatan jual beli barang. Barang yang dijual biasanya adalah kebutuhan sehari-hari sebagai sembako, pakaian dan lain sebagainya.

Pasar dibedakan dalam artian sempit dan luas. Pengertian pasar dalam artian sempit adalah dimana penjual dan pembeli melakukan transaksi, baik itu menjual barang maupun jasa. Sedangkan pasar dalam artian yang luas merupakan transaksi jual beli antara pembeli dan penjual baik itu menyangkut barang dan jasa yang dilakukan tanpa harus bertemu langsung. Pasar dalam artian luas ini banyak yang melibatkan teknologi sebagai media pertemuan sehingga menghasilkan harga pasar tanpa harus terjadinya pertemuan fisik (Sihombing dan Dewi, 2019).

Menurut Stanton (1993) bahwa pengertian pasar adalah sekumpulan orang yang ingin meraih kepuasan dengan menggunakan uang untuk berbelanja, serta memiliki kemampuan untuk membelanjakan uang tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (1999) memberikan pengertian pasar yaitu sejumlah pembeli aktual dan juga potensial dari sebuah produk atau jasa. Jumlah orang yang mau melakukan transaksi dan orang-orang yang ingin memenuhi kebutuhan dapat menentukan besar atau kecilnya suatu pasar. Banyak pasar yang menganggap bahwa pembeli dan penjual adalah sebuah pasar, dimana pembeli akan menerima produk/jasa yang diingingkan setelah melakukan pembayaran, dan penjual akan mengirimkan produk/jasa yang telah dibayai oleh pembeli.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Ma'aruf (2005) menyatakan pasar sebagai suatu tempat bertemunya penjual dengan pembeli, tempat terjadinya interaksi dan transaksi jual beli dan terdapat orang-orang yang inin suatu barang atau jasa dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Sedangkan Kotler (2002) pasar adalah suatu tempat fisik yang dimana penjual dan pembeli berkumpul untuk mempertukarkan suatu barang atau jasa. Rahardja dan Manurung (2008) menyatakan pasar dalam artian ekonomi tidak perlu berwujud secara fisik. Pasar merupakan pertemuan antara pemintaan *(demand)* dan penawaran *(supply)*, atau mempertemukan penjual dan pembeli untuk mendapatkan suatu barang melalui interaksi.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pasar adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual dan beli. Pasar merupakan suatu unit usaha yang memiliki peran strategis terhadap proses distribusi dari produsen ke konsumen yang membutuhkan suatu produk. Pasar adalah distributor yang paling signifikan dalam pelaksanaan pembangunan daerah yang adanya pembayaran retribusi yang hasilnya dapat menaikan pendapatan daerah (Safitri, 2016). Pasar juga sebagai wadah untuk berinteraksi sosial. Pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli dan merupakan pusat penggerak perekonomian masyarakat (Kurniawan, 2018).

Salah satu sistem ekonomi yang ada pada zaman Nabi Muhammad SAW yang baik untuk diaplikasikan dalam kehidupan modern pada saat ini adalah pasar *(al-suq).* Pasar mempunyai peran yang sangat besar dalam ekonomi islam. Masyarakat saat ini sangat merindukan sebuah sisetem pasar yang tepat sebagai bagian dari penolakan pada sistem Kapitalis dan Sosialis yang telah gagal dalam menciptkan kesejahteraan. Secara umum, kedua sistem ekonomi tersebut tidak

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sepenuhnya bertentangan dengan nilai-nilai islam, akan tetapi islam ingin menempatkan segala sesuatu sesuai pada posisinya, tidak ada pihak yang dirugikan, dan dapat mencerminkan bagaimana kehidupan holistik dunia dan akhirat.

Di dalam Islam menegaskan bahwa pasar harus berdiri di atas prinsip-prinsip persaingan sempurna *(perfect competition).* Tetapi bukan berarti kebebasan tersebut berlaku mutlak, namun kebebasan yang berdasarkan syari'ah. Dalam Islam transaksi terjadi secara sukarela *(antaradim minkum)* (Ghafur, 2019).

Sebagaimana disebutkan dalam al-Qur'an surat An-Nisa'(4): 29

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ إِلَّآ أَن
تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٖ مِّنكُمۡۚ وَلَا تَقۡتُلُوٓاْ أَنفُسَكُمۡۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمۡ
رَحِيمٗا ٢٩

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (Q.S. An-Nisa':29)

Berdasarkan ayat di atas dapat kita ketahui bahwa di dalam Islam kita dilarang untuk memakan harta sesama muslim kecuali dengan cara berdagang di pasar. Dan di dalam interaksi pasar antara penjual dan pembeli harus sama-sama suka tidak ada yang merugikan salah satunya.

Pasar diklasifikasikan menjadi dua macam yaitu pasar modern dan pasar tradisional. Akan tetapi masyarakat banyak yang masih memilih berbelanja di pasar tradisional dari pada di pasar modern. Pasar tradisional adalah sebuah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tempat dimana bertemunya penjual dan pembeli secara langsung dan terjadi proses jual beli yang melalui proses tawar menawar. Pasar tradisonal dibangun dengan membuat kios-kios, gerai, otlet dan lain sebagainya. Pasar tradisonal umumnya terdiri dari los atau tenda, tidak permanen, dan lingkungannya tidak nyaman karena becek, kotor, bau, dan tidak aman. Barang yang dijual di pasar tradisional ini adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan primer. Pasar tradisional terdapat hampir di semua daerah di Indonesia.

Perbedaan antara pasar modern dan pasar tradisional cukup memberikan warna tersendiri kepada konsumen. Sebenarnya pertentangan antara pasar modern dan pasar tradisional dapat diatasi apabila pasar tradisional telah dikelola dengan baik. Keberadaan pasar, khususnya pasar tradisional, merupakan salah satu indikator paling nyata kegiatan ekonomi masyarakat di suatu wilayah. Berdirinya pasar modern dalam perkembangan zaman saat ini sangat berpengaruh terhadap pasar tradisional karena pasar modern dipromosikan melalui media sehingga mempermudah masyarakat dalam berbelanja (Safitri, 2016).

Pasar tradisional mempunyai image yang negatif di masyarakat. Orang-orang banyak yang berfikir bahwa pasar tradisional itu merupakan tempat yang kotor, genangan air dimana-mana, sirkulasi udara tidak baik, bahkan sering mengeluarkan bau yang tidak sedap. Binatang-binatang yang dapat menyebabkan penyakit seperti kecoa, lalat, dan tikus banyak berkembang biar di pasar tradisional. Walaupun begitu masyarakat masih banyak yang berbelanja ke pasar tradisional.

Pasar tradisional memiliki potensi untuk menciptakan dan memperluas lapangan pekerjaan, terutama bagi mereka yang kurang memiliki kemampuan dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

keahlian yang memadai untuk bekerja disektor formal karena rendahnya tingkat pendidikan yang dimiliki, dan bagi para pedagang kecil yang menjadikan pasar sebagai tempat usaha karena memiliki nilai-nilai strategis dalam bidang ekonomi dan sosial budaya. Di pasar tradisional nilai-nilai kekeluargaan dibangun dari hasil interaksi dan komonikasi antar masyarakat, di pasar tradisional pula interaksi antara penjual dan pembeli terjadi dalam proses tawar menawar. Pasar tradisional secara nyata mampu memberikan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat yang berpenghasilan rendah, sehingga dengan demikian tercipta suatu kondisi pemerataan hasil-hasil pembangunan.

Pengelolaan pasar menjadi tanggung jawab pemerintah sebagai pelayanan sektor publik terhadap masyarakat, karena dengan meningkatkan pengelolaan pasar akan meningkatkan retribusi pasar tersebut. Tentunya keberadaan pasar tradisional memberikan sumbangan yang cukup banyak bagi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sisi penerimaan retribusi. Jika pengelolaan pasar sudah berjalan dengan efektif dan efisien sehingga konsumen akan menyukai berbelanja di pasar tradisional. Pemerintah juga harus menciptakan rasa aman dan nyaman agar konsumen tetap memilih berbelanja di pasar tradisional dengan cara meningkatkan pengelolaan pasar (Wahyudi, 2019).

Barang yang dijual di pasar tradisional adalah barang-barang kebutuhan sehari-hari, seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur daging, kain, pakaian, barang elektronik, dan lain sebagainya. Pasar seperti ini masih banyak ditemukan di Indonesia, dan umumnya terletak di dekat kawasan perumahan agar memudahkan masyarakat untuk mencapai pasar (Lukito, 2018).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pasar tradisonal dapat dikatakan sebagai salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia. Pasar tradisional berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota. Pasar tradisional biasanya berdiri dititik tengah suatu wilayah sehingga akan memudahkan masyarakat dari segala penjuru wilayah layanan pasar itu untuk datang. Sehingga suasana persaingan antara satu pasar tradisional dengan pasar tradisional lainnya sangat minim (Sihombing dan Dewi, 2019).

Jenis-jenis pasar dapat kita bedakan berdasarkan cara transaksi, bentuk kegiatan, berdasarkan waktunya, dan berdasarkan jenis barang yang dijual.

1. Pasar berdasarkan sifat dan waktu kegiatannya

   Jenis pasar dapat diketahui dengan melihat sifat dan waktu kegiatannya. Diantaranya adalah:

   a. Pasar harian: pasar yang kegiatannya dilakukan setiap hari, misalnya pasar tanah abang.
   b. Pasar mingguan: pasar yang kegiatannya hanya terjadi sekali dalam seminggu, misalnya pasar minggu.
   c. Ada pasar tahunan: pasar yang kegiatannya hanya terjadi sekali dalam satu tahun, misalnya Pasar Raya Jakarta (PRJ).
   d. Pasar temporer: pasar yang kegiatannya hanya pada waktu tertentu saja, misalnya bazar murah.

2. Pasar berdasarkan wujudnya

   Dengan melihat wujudnya jenis pasar ini dapat dikenali. Diantaranya adalah:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a. Pasar konkret (pasar nyata): pasar dimana terjadi hubungan langsung antara penjual dan pembeli, misalnya pasar tradisional dan pasar swalayan.
b. Pasar abstrak (pasar tak nyata): pasar dimana terjadi pertemuan langsung antara penjual dan pembeli, namun barang yang diperjualbelikan tidak secara langsung, misalnya pasar modal.
c. Pasar berdasarkan jangkauannya: bentuk pasar ini mudah dikenali dengan melihat jangkauannya di masyarakat.
d. Pasar lokal: pasar yang pelaksanaannya berada di lokasi atau di daerah tertentu, misalnya Pasar Tanah Abang.
e. Pasar nasional: pasar yang menjangkau pembeli di dalam satu Negara.
f. Pasar internasional: pasar yang penjualannya sudah bisa menjangkau berbagai Negara di seluruh dunia.

3. Pasar berdasarkan bentuk dan strukturnya

Bentuk dan struktur jenis pasar dapat kita ketahui. Diantaranya adalah:

a. Pasar persaingan sempurna *(Perfect Competition Market)*

   Di dalam pasar banyak terdapat penjual dan pembeli dan mereka sangat mengerti tentang keadaan pasar.

b. Pasar persaingan tidak sempurna *(Inperfect Competantion Market)*

   Adanya para penjual yang menguasai pasar dan jumlah penjual tidak banyak.

   Lebih lanjut, pasar persaingan tidak sempurna dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

   1) Bentuk pasar oligopoli: pasar yang terdiri dari dari beberapa penjual yang memasarkan barang khusus, dimana masing-masing penjual dapat saling

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mempengaruhi harga, misalnya perusahaan semen dan industri telekomunikasi.

2) Pasar monopoli: pasar dimana seluruh penawaran terhadap permintaan telah dikuasai oleh satu organisasi penjual tertentu.
3) Pasar monopolistik: pasar yang di dalamnya terdapat banyak penjual dengan produk yang berbeda. Contoh pasar monopolistic adalah apotik dan toko kelontong serta retailer dan jasa (Sihombing dan Dewi, 2019).

Pelaku pasar dapat dikategorikan ke dalam tiga jenis yaitu penjual, konsumen dan pengelola. penjual/pedagang adalah pihak yang melakukan kegiatan dengan menjual atau membeli barang dan jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya. Sedangkan pembeli/konsumen adalah semua golongan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan barang keperluan sehari-harinya di pasar. Penjual dan pembeli merupaka pengguna pasar yang paling aktif, tapi ternyata penjual terbagi menjadi penjual yang memiliki toko/kios/lapak, serta penjual yang tidak memiliki area untuk berjualan secara tetap seperti PKL (Pedagang Kaki Lima) dan pedagang asongan. Pengunjung merupakan orang yang datang untuk berbelanja, atau mengantar orang berbelanja, banyak juga pengunjung yang datang untuk mencari makanan di warung dan pedagang makanan di area pasar.

Pengelola pasar adalah orang yang melakukan pembinaan terhadap pedagang, menciptakan kondisi pasar yang kondusif dan layak untuk berusaha serta mengupayakan kelancaran distribusi barang sehingga tercipta kestabilan harga barang, terutama kebutuhan pokok masyarakat. Pengelola merupakan para pegawai pasar termasuk juga petugas parkir dan kebersihan (Lukito, 2018).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.2 Ciri-ciri Pasar Tradisional

Ciri-ciri pasar tradisonal yang paling mudah diamati adalah menunjukkan tempat yang digunakan bagi kegiatan yang bersifat *indigenous market trade* sebagaimana telah dipraktekkan sejak lama (menjadi tradisi) juga merupakan asset Negara yang memiliki peran yang paling dalam kehidupan masyarakat. Dapat dilihat bahwa kebutuhan masyarakat berubah sesuai dengan masanya, pasar mampu mendukung perubahan itu dengan setidaknya menyediakan tempat untuk bertemu dan berkomunikasi.

Ciri-ciri pasar tradisional lainnya menurut Lukito (2018) adalah :

1. Produk utamanya yang dijual di pasar ini adalah kebutuhan rumah tangga, misalnya bahan-bahan untuk makanan.
2. Pemerintah setempat bertugas menjaga keamanan dan ketertiban namun tidak turt campur tangan langsung dalam operasional pasar.
3. Transaksi jual-beli di pasar ini melalui proses tawar menawar harga barang antara pembeli dan penjual.
4. Harga barang-barang yang dijual di pasar ini biasanya relative murah dan sangat terjangkau.
5. Area pasar tradisional umunya berada di tempat yang terbuka.
6. Di pasar ini tidak terdapat monopoli oleh satu produsen tertentu.
7. Harga barang, lokasi, dan cara pelayanan penjual merupakan faktor penentu besarnya penjualan.

Menurut Lilananda (1997) bawah pasar tradisional memiliki dua pengelompokan yaitu berdasarkan kelompok dan jenis barang yang dijual dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

berdasarkan tipe tempat berjualan. Ciri-ciri pasar tradisional berdasarkan kelompok dan jenis barang yang dijual adalah sebagai berikut :

1. Kelompok bersih, yaitu kelompok jasa, kelompok warung dan toko.
2. Kelompok kotor yang tidak bau, yaitu kelompok hasil bumi dan buah-buahan.
3. Kelompok yang bau dan basah, yaitu kelompok sayuran dan bumbu-bumbu.
4. Kelompok bau, basah, dan kotor, yaitu kelompok ikan basah dan daging.

Ciri-ciri pasar tradisional berdasarkan tipe tempat berjualan atau bangunan yang terdapat pada pasar tradisional adalah sebagai berikut :

1. Adanya kios, yaitu tipe tempat berjualan yang tertutup dan tingkat keamanannya lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang lain.
2. Adanya los, yaitu tipe tempat berjualan yang terbuka, tetapi setiap los telah dibatasi secara tetap dengan berbagai benda contohnya meja, kursi dan lain sebagainya.
3. Adanya pelataran, yaitu tipe tempat berjualan yang terbuka dan tidak dibatasi secara tetap, tetapi mempunyai tempat berjualannya sendiri dan masih di dalam lingkungan pasar.

Sihombing dan Dewi (2019) menambahkan ciri-ciri pasar yaitu: 1) Terdapat barang atau jasa yang diperjualbelikan, 2) Terjadi transaksi jual beli, 3) Adanya proses permintaan dan tawar menawar, 4) Terjadinya interaksi antara pembeli dan penjual, 5) Transaksi terjadi ketika ada kesepakatan antara penjual dan pembeli.

2.3 Peran dan Fungsi Pasar Tradisional

Pada dasarnya pasar merupakan sebuah tempat dimana terdapat interaksi antar dua pihak atau lebih yang sama-sama memiliki tujuan. Dengan begitu pasar

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tentu memiliki fungsi, sama halnya dengan tempat-tempat lain seperti taman rekreasi memiliki fungsi sebagai sarana hiburan, bandara memiliki fungsi melayani penerbangan masyarakat dan lain sebagainya. Fungsi penting pasar menurut Sihombing dan Dewi (2019) antara lain, yaitu :

1. Sarana distribusi

   Fungsi utama dari pasar adalah merupakan tempat dimana terjadinya proses distribusi, baik distribusi bagi produsen maupun konsumen. Dengan adanya pasar produsen bisa memasarkan dan menjual barang-barang hasil produksinya dan konsumen bisa mendapatkan kebutuhannya melalui barang-barang yang ada di pasar.

2. Pembentuk harga atau penentu nilai

   Fungsi dari pasar yaitu untuk membentuk dan menetapkan harga dengan memberlakukan syarat-syarat yang disesuaikan dengan keadaan geografis, keadaan masyarakat, kondisi perekonomian yang berupa permintaan dan penawaran serta masih banyak lainnya. Itu semua dalam ruang lingkup besar, sedangkan dalam ruang lingkup kecil fungsi pasar menjadi harga dilihat ketika ada proses tawar menawar antara pembeli dan penjual yang menghasilkan harga minimal maupun tetap menguntungkan bagi produsen dan penjualnyan.

3. Sarana untuk promosi

   Pasar menjadi salah satu tempat paling efektif untuk digunakan sebagai sarana promosi. Dikarenakan dalam pasar terdapat banyak orang dan kerumunan yang sedang mencari kebutuhannya. Hal inilah yang dijadikan produsen sebagai ajang untuk pengenalan produk-produk yang dimilikinya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dengan harapan banyak konsumen yang tertarik akan barang produksinya tersebut.

4. Tempat mencari keuntungan

   Kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh banyak orang di pasar untuk memperoleh keuntungan dengan menunjang kejujuran dan keadilan. Oleh karena itu siapa yang bekerja keras maka dia lah yang akan mendapatkan untung lebih dibadingkan pihak yang kurang aktif dalam promosi atau lainnya.

5. Pembentukan kreativitas

   Hadirnya pasar bisa membentuk kreativitas tinggi bagi produsen maupun konsumen. Bagi produsen kreativitas dan inovasi wajib dilakukan untuk membeli hasil produksinya, selain itu kreativitas harus tetap dilakukn dan sesuatu yang baru harus diciptakan agar tetap bisa bersaing dan bertahan di pasar. Sedangkan untuk konsumen kreativitas mereka akan terlatih untuk melatih kepekaannya dalam memilih dan memutuskan hasil produksi atau barang yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

6. Mempererat tali silatuhrahmi

   Saat transaksi sedang berjalan dalam pasar komunikasi dan interaksi pasti akan terjadi pada pihak yang bersangkutan. Tidak disadari hal sederhana tersebut bisa berbuah hal yang manis yakni persaudaraan atau silaturahmi antar induvidu semakin erat.

7. Melatih daya juang dan saing

   Masuknya seseorang ke dalam pasar maka harus bersiap untuk berjuang dan bersaing dengan tidak memandang status, golongan dan lain-lain. Dan bagi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pihak yang malas atau pasif maka mereka juga tidak akan mendapatkan apa-apa. Orang-orang yang mampu berjuang dan bersaing di pasar maka orang itu akan menjadi individu/ seseorang yang selalu mampu mencari solusi dalam permasalahan yang ada dalam kehidupannya.

8. Sarana pembangunan nasional

   Pasar memiliki kaitan erat dengan pembangunan nasional, karena dalam pasar tersedia bahan, alat atau sumber daya lain yang bisa digunakan sebagai bahan dasar pembangunan.

9. Meningkatkan pemasukan negara

   Pasar menjadi salah satu pihak penyumbang dana terbesar bagi negara, karena dalam pasar hampir semuanya berkaitang dengan uang dan keuntungan.

10. Mengontrol kegiatan ekonomi

    Dengan adanya pasar ini sangat membantu pemerintah atau negara dalam mengontrol segala kegiatan dan alur perekonomian negara. Bisa kita bayangkan ketika tidak ada pasar maka konsentrasi pemerintah akan terpecah belah dan hal ini akan menyulitkan bagi mereka untuk mengontrol dan mengatasi permasalahan yang terjadi. Jadi dengan demikian dengan adanya pasar bisa membantu pemerintah fokus dalam menjalankan alur perkonomian dengan pengawasan yang terfokus pada satu titik.

2.4 Keunggulan dan Kelemahan Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki keunggulan bersaing alamiah yang tidak dimiliki secara langsung oleh pasar modern. Lokasi yang strategis, area penjulan yang luas, keragaman barang yang lengkap, harga yang rendah, sistem tawar-menawar yang menunjukkan kedekatan antara penjual dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pembeli merupakan keunggulan yang dimiliki pasar tradisional. Pasar tradisional merupakan salah satu pendongkrak perekonomian kalangan menengah ke bawah, dan itu jelas memberikan efek yang baik bagi sebuah kota. Pada kenyataannya, kota hidup dari perekonomian skala mikro dibandingkan dari skala makro. Sisi kekeluargaan antara pembeli dan penjual menjadi satu pandangan yang baik bagi kota yang umunya individualis, bahkan istilah langganan menggambarkan hubungan antar anggota masyarakat yang lebih dekat dari sekedar seorang pembeli di pasar.

Kelemahan yang paling utama dari pasar tradisional adalah keadaan pasar yang kumuh dan kotor. Bukan hanya itu saja, sistem penyimpanan barang dagangan yang kurang baik menyebabkan barang yang diperjualbelikan terkadang diawetkan dengan bahan kimia. Kemasan dan *display* barang di pasar sering kurang menarik membuat pasar tradisional menjadi kurang dilirik oleh masyarakat. Dibandingkan dengan pasar modern, sistem penyimpanan dan transportasi barang pasar tradisional juga kurang mendukung kesegaran barang dagangan. Berbagai kritik yang mempersalahkan pemerintah yang kurang memperhatikan keadaan pasar tradisional sehingga memberi peluang bagi maraknya pasar modern (Lukito, 2018).

2.5 Pengelolaan Pasar Tradisional

Pada pengelolaan pasar tradisional diperlukan suatu organisasi pengelola yang dapat mengatur segala sesuatu yang berkaitan dengan pengelolaan pasar tradisional. Organisasi apapun yang terdapat dalam masyarakat, harus peka terhadap lingkungannya yang sedang dikelolanya. Ada dua faktor yang menuntut adanya pengelolaan organisasi yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Lingkungan internal

   Lingkungan adalah segala keseluruhan faktor yang ada di dalam organisasi dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatannya. Penyebab perubahan yang berasal dari dalam organisasi yang bersangkutan dapat berasal dari berbagai sumber. Misalnya, pengaruh kebijakan manajemen organisasi dan gaya, sistem dan prosedur, serta sikap anggota. Di pasar tradisional yang termasuk faktor internal adalah pedagang dan pengelola yaitu sebagai pelaku kegiatan pasar tradisional.

2. Lingkungan eksternal

   Lingkungan eksternal adalah segala keseluruhan faktor yang ada di luar organisasi yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatan organisasi. Beberapa faktor tersebut, antara lain politik, hukum, kebudayaan, teknologi, sumberdaya alam, demografi, dan sebagainya. Lingkungan eksternal adalah penyebab perubahan yang berasal dari luar, atau sering disebut lingkungan. Organisasi dapat bersifat *Responsive* pada perubahan yang terjadi dilingkungannya. Namun, organisasi tidak akan melakukan perubahan besar jika tidak ada dorongan yang kuat dari lingkungannya. Artinya, perubahan yang benar itu terjadi karena lingkungan menuntut seperti itu. Faktor eksternal yang ada dalam penyebab perubahan organisasi adalah faktor ekonomi, perkembangan teknologi dan peraturan pemerintah. Di pasar tradisional yang termasuk faktor eksternal adalah pembeli yaitu sebagai pelaku kegiatan pasar tradisional (Wijanarko, 2019).

Prinsip-prinsip pengelolaan menurut Superti (2017) adalah sebagai berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Prinsip efisiensi dan efektifitas

   Efisiensi dan efektifitas merupakan dari prinsip-prinsip manajemen. Semaksimal mungkin organisasi menetukan titik tolak pelaksanaan manajemen dengan memanfaatkan sumber, tenaga, dan fasilitas secara efisien. Fungsi-fungsi manajemen dioprasionalkan dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana yang seirama dengan keadaan dan kemampuan organisasi, artinya dengan menghemat biaya dan memperpendek waktu pelaksanaan kegiatan, tetapi memperoleh hasil yang optimal.

2. Prinsip pengelolaan

   Prinsip pengelolaan didasarkan pada langkah-langkah manajemen yang fungsional, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengontrol. Visi dan misi dalam perencanaan harus jelas, agar program-program yang sudah dibuat dan dijadwalkan secara sistematis mendahulukan skala prioritas untuk program jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek.

3. Prinsip pengutamaan tugas pengelolaan

   Secara internal dan eksternal orang yang bertanggung jawab sepenuhnya dalam pelaksanaan suatu organisasi merupakan prinsip pengutamaan tugas pengelolaan. Internal dan eksternal dapat diartikan sebagai suatu proses administrasi aktivitas organisasi oleh menejer dalam pelayanan menejerial terhadap kepentingan publik yang selalu berkaitan pada aktivitas manajemen di luar kelembagaan. Dengan tanggung jawab manajer tersebut, pengutamaan tugas pengelolaan bukan semata-mata berkaitan dengan manajerial internal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

karena manajerial internal sangat berkepentingan dan memiliki hubungan fungsional dengan manajerial eksternal.

4. Prinsip kepemimpinan yang efektif

   Prinsip kepemimpinan yang efetif harus memiliki kebijakan dalam mengambil keputusan, tidak bertele-tele dan menghemat waktu, artinya tegas, lugas, tuntas dan berkualitas. Dalam mengembangkan hubungan kerjasama yang baik antara atasan dan bawahannya dengan merealisasikan *Human Relationship*. Manajer yang baik adalah manajer yang menyalahkan bawahan, tetapi mengingatkan dan menyarankan. Demikian juga bawahan yang baik tidak menggugat kepada atasan, tetapi meluruskan dan menyadarkan sepanjang masih konteks profesionalitas yang ada diatasan aturan yang disepakati.

5. Prinsip kerja sama

   Prinsip kerja sama didasarkan pada pengorganisasian dalam manajemen. Pekerjaan dilakukan berdasarkan keahlian dan tugas masing-masing sehingga pekerjaan tidak dilakukan oleh satu orang saja dan bebas kerja tidak menumpuk disatu tempat saja yang dikerjakan. Pembagian tugas, wewenang dan tugas seharusnya diatur berdasarkan prinsip profesionalitas sehingga kerja sama yang dibangun terjalin dengan baik. Dalam pelaksanaan tugas organisasi, kerjasama antara karyawan harus sinergi sehingga pekerjaan mudah dilaksanakan. Prinsip kerjasama adalah fungsi organisasi sehingga pemberi struktur, dalam penyusunan, pekrjaan-pekerjaan, materil dan pikiran-pikiran dalam suatu struktur organisasi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pada dasarnya manajemen pasar tradisional meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional adalah sebagai berikut :

1. Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian pasar tradisional.
2. Pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.

Pengelolaan pasar tradisional meliputi perencanaan dan kelembagaan. Bagian perencanaan meliputi :

1. Bupati/walikota melalui kepala SKPD melakukan perencanaan pasar tradisional.
2. Perencanaan pasar tradisional meliputi perencanaan fisik dan perencanaan non fisik.
3. Perencanaan fisik meliputi ; penentuan lokasi, penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak pasar, dan sarana pendukung. Perencanaan fisik penentuan lokasi berlaku untuk pembangunan pasar baru, perencanaan fisik penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak pasar dan sarana pendukung berlaku untuk rehabilitas pasar lama.
4. Penentuan lokasi harus dengan syarat, antara lain :
   a. Mengacu pada RT/RW Kabupaten/Kota,
   b. Dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat, dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Memiliki sarana dan prasarana transportasi yang menghubungkan ibukota kabupaten dan ibukota kecamatan dengan lokasi pasar baru yang akan dibangun.

5. Fasilitas bangunan dan tata letak pasar, antara lain :
   a. Bangunan toko/kios/los dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu,
   b. Petak atau blok dengan akses jalan pengunjung ke segala arah,
   c. Pencahayaan dan sirkulasi udara yang cukup,
   d. Penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan, dan
   e. Bentuk bangunan pasar tradisional selaras dengan karakteristik budaya daerah.
6. Sarana pendukung, antara lain ; kantor pengelola, area parkir, tempat pembungan sampah sementara/saran pengelolaan sampah, air bersih, sanitasi/drainase, tempat ibadah, toilet umum, pos keamanan, tempat pengelolaan limbah/Intalasi Pengelolaan Air Limbah, hidran dan fasilitas pemadam kebakaran, penteraan, sarana komunikasi, dan area bongkar muat dagangan.

Berdasarka Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional tujuan pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional adalah sebagai berikut :

1. Menciptakan pasar tradisional yang tertib, teratur, aman, bersih dan sehat,
2. Menigkatkan pelayanan kepada masyarakat,
3. Menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak roda perekonomian daerah, dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Menciptakan pasar tradisional yang berdaya saing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern.

2.6 Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional

Menurut Glueck dan Jauch (1994) bahwa strategi pada proses penetapan tujuan organisasi, pengembangan kebijakan dan perencanaan untuk mencapai sasaran serta mengalokasikan sumber daya untuk menerapkan kebijakan dan merencanakan pencapaian tujuan organisasi. Menurut Bryson (1999) menyatakan strategi adalah suatu sistem dari para pengambil keputusan dan mengimplementasikannya serta mengontrol keputusan yang diambil tersebut. Sedangkan Marrus (2002) mengatakan bahwa startegi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangan panjang suatu organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut.

Adapun sepuluh tahapan yang akan dilalui dalam proses perencanaan strategi menurut Widyasari dan Yuniningsih (2016) adalah :

1. Memprakarsai dan menyetujui proses perencanaan strategis.
2. Mengidentifikasi mandat organisasi.
3. Memperjelas misi dan nilai-nilai organisasi.
4. Menilai lingkungan internal dan eksternal organisasi untuk mengidentifikasi.
5. Mengidentifikasi isu-isu strategis yang dihadapi organisasi.
6. Merumuskan strategi untuk mengelola isu-isu tersebut.
7. Mereview dan menyetujui strategi dan rencana.
8. Menyusun suatu visi sukses organisasi.
9. Mengembangkan proses implementasi yang efektif.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

10. Menilai kembali strategi dan proses perencanaan strategi.

Identifikasi nilai-nilai strategi terbagi dua yaitu: kesepakatan awal dan mandat. Pertama penetapan kesepakatan awal merupakan tahap dimana semua *stakerholder* daerah bersama-sama membangun pemahaman dan komitmen atas pentingnya pencapaian cita-cita daerah. Analisis lingkungan dibagi atas dua analisis yaitu analisis lingkungan internal dan analisis lingkungan eksternal. Analisis lingkungan internal yaitu mengidentifikasikan kekuatan *(strenghts)* dan kelemahan *(weaknessess)* secara internal di dalam suatu organisasi. Kedua lingkungan eksternal, dalam hal ini diidentifikasi tentang berbagai faktor yang berada di luar organisasi, dimana organisasi tidak mempunyai pengaruh sama sekali terhadapnya, namun perubahan-perubahan yang terjadi pada lingkungan ini akan mempengaruhi kinerja institusi atau organisasi dalam suatu hubungan timbal balik.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Pengembangan strategi dilakukan untuk mengahadapi isu strategi di organisasi dalam pengambilan kebijakan sehingga terhindar dari kegagalan jika tidak dipersiapkan langka-langka secara spesifik untuk mengimplementasikan strategi tersebut (Widyasari dan Yuniningsih, 2016).

2.6.1 Faktor Internal dan Eksternal

1. Faktor Internal

   Faktor internal adalah faktor yang terdapat di dalam lingkungan pasar tradisional itu sendiri seperti pengelola pasar yang kurang baik dalam menangani pasar itu dan pengelola pasar juga kekurangan dana dalam pengelolaan pasar tradisional tersebut.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berikut beberapa hal yang menjadi kekuatan dan kelemahan faktor internal antara lain:

a. Kekuatan pasar tradisional adalah pasar yang strategis, baik tempat maupun harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat selain itu banyaknya para pembeli dan konsumen yang minat untuk berbelanja di pasar tradisional tersebut. Contohnya yaitu aksesibilitas, lokasi pasar tradisional, masyarakat sebagai konsumen pasar tradisional, harga produk kompetitif, budaya tawar-menawar, variasi komoditi, sikap masyarakat terhadap pasar tradisional, ikatan kekeluargaan antara penjual dan pembeli, dan layanan pengelola pasar.
b. Kelemahan pasar tradisional adalah kurangnya sarana pembangunan seperti tempat parkir maupun tempat-tempat pedagang yang dominan. Contohnya yaitu sarana dan prasarana, jaminan kualitas, produk yang dijual, kebersihan lingkungan pasar, kualitas sumberdaya manusia, dan keamanan pasar.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar pasar itu sendiri, akan berdampak pada pasar yang kurang berkembang, aktivitas yang setiap harinya semakin berkurang dan lain sebagainya.

Berikut beberapa hal yang menjadi peluang dan ancaman faktor eksternal antara lain:

a. Peluang faktor eksternal pasar tradisional yaitu berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat sekitar pasar, kebijakan pemerintah terhadap pasar

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tradisional, kerjasama pemerintah dan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi.

b. Ancaman faktor eksternal pasar tradisional yaitu pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat, kestabilan harga produk pada pasar modern, dan kualitas produk yang dijual di pasar modern (Pertiwi, 2016).

2.6.2 Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2019), analisis SWOT merupakan identifikasi beberapa faktor secara sistematis agar strategi perusahaan dapat dirumuskan. Analisis berdasarkan logika yang bisa memaksimalkan kekuatan *(Strenghts)* dan peluang *(Opportunities)*, tetapi secara bersamaan pula dapat meminimalkan kelemahan *(Weaknessess)* dan ancaman *(Threats).* Dalam pengambilan keputusan strategi akan selalu dikaitkan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan sehingga perencanaan strategi *(Strategies Planner)* harus menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada kondisi yang ada pada saat itu. Analisis SWOT merupakan analisis yang paling sering digunakan untuk menganalisis situasi.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah salah satu metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Ada beberapa yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan analisis SWOT yaitu :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Kekuatan *(Strenghts)*

   Kekuatan yaitu karakteristik organisasi ataupun proyek yang memberikan kelebihan/ keuntungan dibandingkan dengan yang lainnya, dengan kata lain segala hal yang dibutuhkan pada kondisi yang sifatnya internal dalam organisasi agar kegiatan-kegiatan berjalan secara maksimal. Contohnya, kekuatan keuangan, SDM yang terampil dan memiliki jaringan organisasi yang luas.

2. Kelemahan *(Weakness)*

   Terdapatnya kelemahan pada kondisi internal organisasi, akibatnya kegiatan-kegiatan organisasi belum maksimal terlaksana. Contohnya, kekurangan dana, SDM yang belum terampil, dan tidak adanya teknologi.

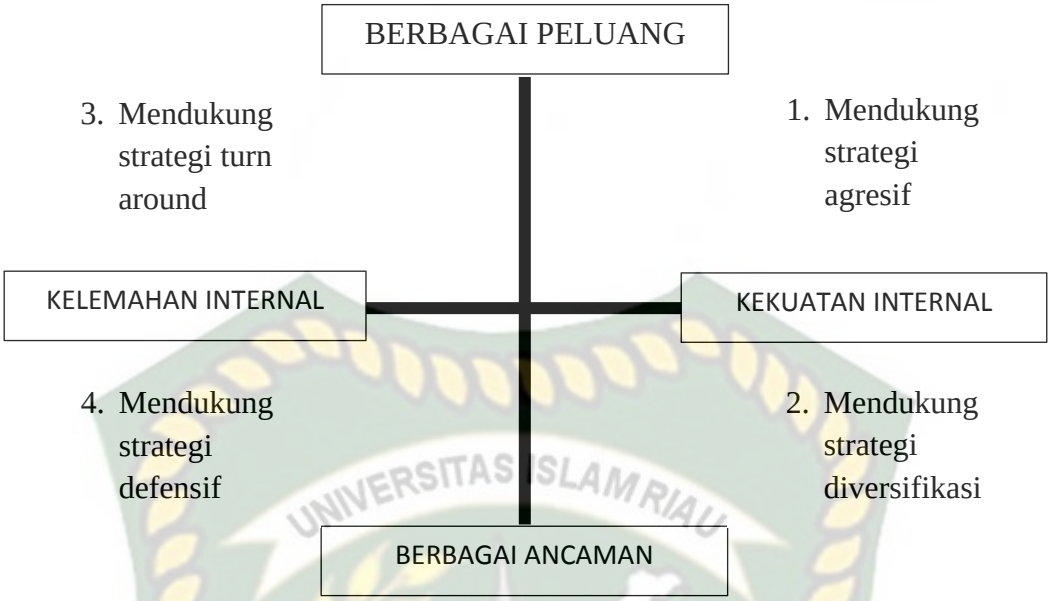
3. Peluang *(Opportunity)*

   Peluang adalah berbagai hal dan situasi yang menggunakan bagi suatu perusahaan, serta kecenderungan-kecenderungan yang merupakan salah satu sumber peluang.

4. Ancaman *(Treats)*

   Faktor-faktor lingkungan luar yang mampu menghambat dan yang tidak menguntungkan dalam pergerakan suatu organisasi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT
Sumber : Rangkuti, 2019

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan dimana, perusahaan/organisasi memiliki peluang dan kekuatan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan harus mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif *(growth oriented strategy).*

Kuadran 2: Meskipun menghadapi banyak ancaman, perusahaan/organisasi masih memiliki kekuatan dari segi internal dan strategi yang ditetapkan dengan memanfaatkan peluang jangka panjang yang menggunakan kekuatan.

Kuadran 3: Perusahaan/organisasi menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi juga menghadapi beberapa kelemahan atau kendala fokus strategi perusahaan yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan/organisasi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kuadran 4: Situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena perusahaan/organisasi akan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan secara internal

Menurut Rangkuti (2019) dalam menganalisa SWOT ada lima macam model pendekatan yang digunakan. Akan tetapi dalam penelitian ini hanya menggunakan model pendekatan matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Pada tahap perencanaan strategi terdapat dua tahap yaitu tahap pengumpulan data dan tahap analisis. Tahap pengumpulan data ini menggunakan dua tahap, antara lain :

1. Matriks faktor strategi eksternal

   Faktor strategi (EFAS) harus diketahui sebelum membuat matrik faktor strategi ekternal.

2. Matriks faktor strategi internal

   Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu table IFAS *(Internal Factors Analysis Summary)* disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka *Strenght and Weaknessess* perushaan.

Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi . sebaiknya kita menggunakan beberapa model sekaligus agar dapat memperoleh analisis yang lebih lengkap dan akurat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Di dalam penelitian ini menggunakan *Matriks SWOT*. Matrriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat mengahasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 1. Matriks SWOT

IFAS / EFAS	KEKUATAN (STRENGTHS) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal	KELEMAHAN (WEAKNESSESS) Tentukan 5-10 kelemahan internal
PELUANG (OPPORTUNIES) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN (THREATS) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan stategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Rangkuti, 2019

1. Strategi SO *(Strength-Opportunity)*

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST *(Weaknessess-Opportunity)*

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan dalam yang dimilki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO *(Strength-Threat)*

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Strategi WT *(Weaknessess-Threat)*

Strategi ini didasrkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2019).

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh peneliti lain dan dianggap dapat mendukung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi (2016) dengan judul Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar (Kasus Pasar Syariah Desa Tanah Merah). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil pasar, karakteristik pedagang, pengurus dan konsumen, pengembangan pasar, mengetahui strategi yang dapat diterapkan untuk pengembangan pasar. Penelitian ini menggunakan metode survey. Analisis data yang digunakan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian diketahui bahwa Pasar Syariah Desa Tanah Merah Kecamatan Siak Hulu memiliki letak yang sangat strategis. Rata-rata umur pedagang 40 tahun. Karakteristik umur pengurus rata-rata 37 tahun. Karakteristik umur konsumen rata-rata 14 tahun. Faktor internal pada Pasar Syariah : memiliki nama baik, jenis barang dagangan cukup beragam, tersedia sarana ibadah, tempat relative luas, harga lebih murah, waktu buka pasar lebih awal, kurang bersih, banyak pengemis, relatif kurang aman, minimnya informasi dan bimbingan, tidak ada potongan harga, dan tidak ada promosi. Sedangkan faktor eksternalnya : jumlah penduduk yang semakin meningkat, stabilitas politik yang semakin membaik, tumbuhnya daya beli masyarakat, adanya konsumen yang setia, adanya pedagang kaki lima, adanya pasar modern dan besarnya retribusi pasar.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2016) dengan judul Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Mauk di Kecamatan Mauk Kabupaten Tangerang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi PD Pasar Mauk dalam mengelola pasar tradisional Mauk di Kecamatan Mauk Kabupaten Tanggerang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan teori yang didasarkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi strategis analisis (SWOT) munurut teori Hunger. Faktor-faktor tersebut adalah *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats.* Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukan bahwa strategi PD Pasar mauk dalam pengelolaan pasar tradisional Mauk di Kecamatan mauk Kabupaten Tanggerang masih belum optimal. Hal tersebut dikarenakan masih kurangnya sarana infrastruktur penunjang dan lahan parkir dalam mengatasi kemacetan, masih kurangnya fasilitas bangunan pasar untuk menampung para pedagang yang berjualan di pinggir jalan utama, kurangnya sosialisasi atau penyuluhan secara berkala kepada para pedagang.

Penelitian yang dilakukan oleh Widyasari dan Yuniningsih (2016) dengan judul Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional "Bangsri" di Dinas Koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Jepara. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi yang harus dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Jepara dalam meningkatkan pengelolaan Pasar Tradisional Bangsri. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data adalah dokumentasi,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

wawancara, observasi dan studi pustaka. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sample dan accidental sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan Pasar Tradisional Bangsri yang telah dilakukan belum optimal, sehingga membutuhkan strategi baru untuk mengatasinya.

Penelitian yang dilakukan oleh Yopiannor (2017) dengan judul Strategi Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional (Kasus Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Banjarmasin). Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Menganalisi penilaian konsumen pasar tradisional terhadap kebijakan revitalisasi pasar tradisional, 2) Menentukan penilaian pengelola dan pedagang di pasar tradisional pasca kebijakan revitalisasi yang dilakukan oleh Pemerintah, 3) Identifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pasar tradisional dalam upaya meningkatkan daya saing pasar tradisional, 4) Merumuskan pilihan strategi peningkatakn daya saing pasar tradisional, 5) merumuskan prioritas strategi dalam upaya meningkatkan daya saing pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Kinerja pasar tradisional belum baik karena kebijakan revitalisasi belum oprimal. Hal ini dapat dibuktikan dari penilaian konsumen terhadap bauran pemasaran yang masih rendah pada beberapa faktor yaitu kualitas produk dan promosi produk. 2) Revitalisasi pasar tradisional di Kota Banjarmasin belum optimal juga disebabkan oleh masih sebatas prosedur dan belum terkait aspek substansi mengenai peningkatan daya saing pasar tradisional. 3) Strategi yang menjadi prioritas dalam peningkatan daya saing pasar tradisional yaitu : pertama mengoptimalkan penataan pedagang dengan sistem zonasi yang rapid an teratur, kedua oprimalisasi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

publik dan promosi kegitan pasar tradisional pasca kegiatan revitalisasi, ketiga melakukan revitalisai yang menyeluran pada pasar tradisonal di Kota Banjarmasin.

Penilitian yang dilakukan oleh Superti (2017) dengan judul Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Bertujuan untuk mengetahui manajemen pengelolaan di Pasar Simpang Agung dan pengaruh terhadap pengelolaan pasar pendapatan pedagang kecil, serta pandangan Ekonomi Islam mengenai manajemen pengelolaan Pasar. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Simpang Agung tergolong kurang baik juga dilihat dari aspek penyediaan infrastruktur, perbaikan sarana dan prasarana. Pengelolaan yang kurang baik menimbulkan pengaruh terhadap pendapatan pedagang kecil dalam hal yang negative, serta dalam pandangan Ekonomi Islam manajemen pengelolaan pasar tradisional Simpan Agung belum sejalan dengan anjuran Ekonomi Islam dikarenakan didalamnya belum memiliki sifat dan prinsip-prinsip Ekonomi Islam, antara lain prinsip kejujuran, persaingan yang sehat, dan keterbukaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sudrajat, dkk (2018) dengan judul Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengenai perumusan strategi dalam pengelolaan pasar tradisional di Kabupaten Sumedang. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunnjukkan bahwa perumusan strategi pengelolaan pasar tradisional di Kabupaten Sumedang pada saat ini belum sesuai dengan elemen pada manajemen strategi, disebabkan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

oleh dalam merumuskan dan menetapkan strategi para pengelola belum memiliki analisis yang tepat tentang kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Disperindag Kabupaten Sumedang.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2019) dengan judul Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisas strategi pengembangan pasar tradisional di pasar Arriyadh untuk meningkatkan kepuasan pedagang. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pasar tradisional yang dilakukan pengelola pasar Arriyadh melalui revitalisasi pasar tradisional yang bertujuan meningkatkan daya saing pasar dan mengaktifkan kembali kegiatan pasar tradisional agar dapat bersaing dengan pasar modern.

Penelitian yang dilakukan oleh Yulita, dkk (2019) dengan judul Model Strategi Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pasar Tradisional untuk Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis manajemen strategi kebijakan publik sektor pasar tradisional yang telah dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan publik sektor pasar tradisional di Kabupaten Bengkayang masih belum mampu memberikan kontribusi peningkatan PAD dikarenakan strategi yang selama ini digunakan bersifat *non-technology based*. Strategi alternatif adalah manajemen manajemen strategi *integrated market management strategic.*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Penelitian yang dilakukan oleh Malelak, dkk (2019) dengan judul Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja Kota Kupang. Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Mengetahui faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap keberadaan Pasar Tradisional Kasih, 2) Mengetahui alternatif strategi pengembangan Pasar Tradisional Kasih, 3) Mengetahui prioritas dalam pengembangan Pasar Tradisional Kasih. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT dan *AHP (Analytic Hierarchy Process).* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh pada Pasar Tradisional Kasih yaitu faktor internal terdiri dari kekuatannya antara lain lokasi strategis, keakraban penjual dan pembeli, variasi komoditi, budaya tawar menawar, dan keramahan pegawai pasar, dan kelemahannya antara lain sarana dan prasarana, kebersihan dan keamanan, dan kualitas produk yang dijual. Sedangkan, faktor eksternal terdiri dari peluangnya antara lain kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar, pertumbuhan jumlah penduduk, mata pencaharian masyarakat, dan perubahan gaya hidup, dan ancamannya antara lain yang dihadapi Pasar Tradisional Kasih yaitu munculnya pasar modern, adanya pesaing, dan kestabilan harga pasar modern. Alternatif strategi pengembangan Pasar Kasih adalah meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar menawar, meningkatkan promosi menggunakan teknologi, meningkatkan kerja sama antara pengelola dan pedagang, dan memberikan sosialisasi kepada pedagang. Prioritas pada strategi pengembangan Pasar Kasih adalah meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar menawar.

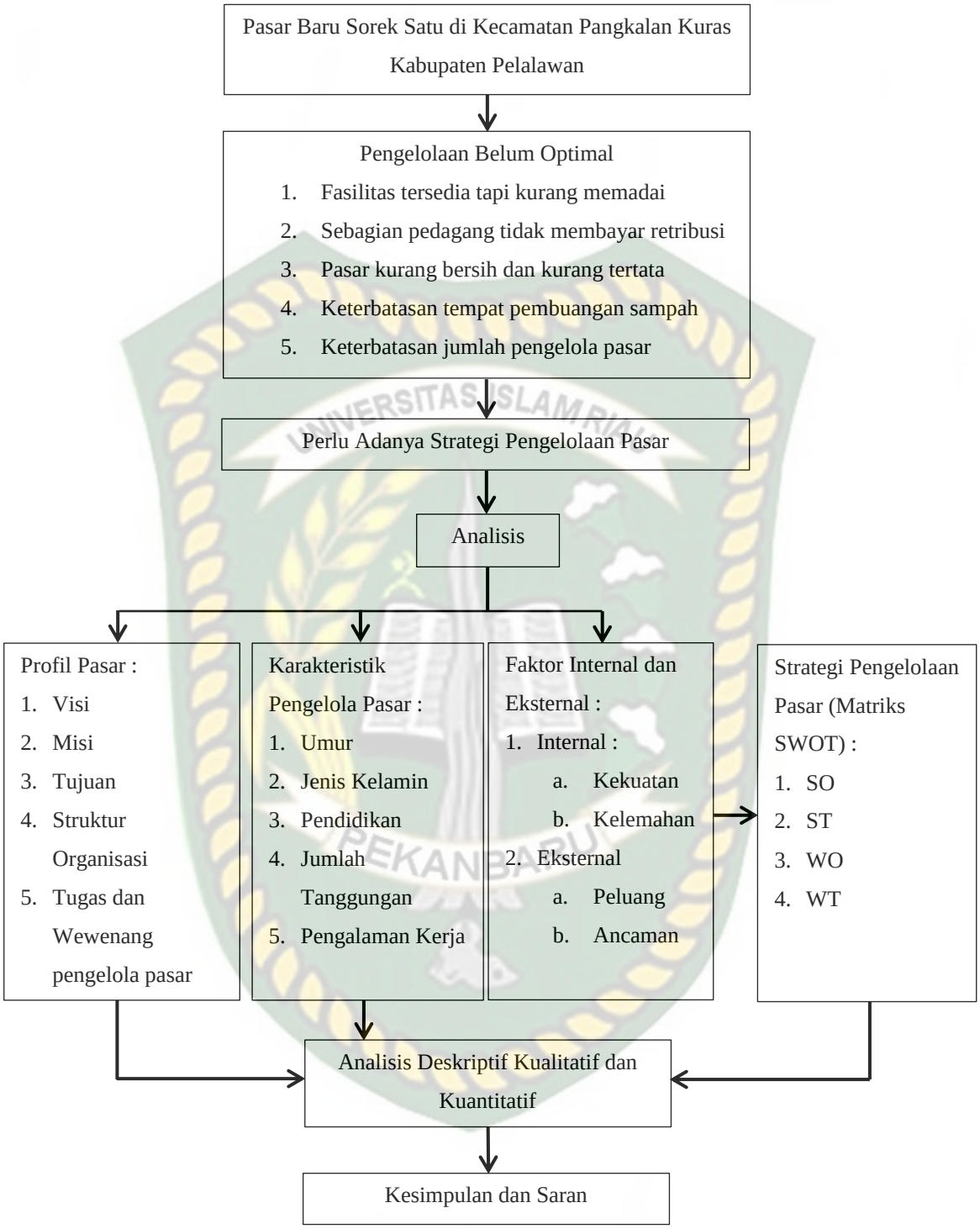
Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.8 Kerangka Pemikiran Penelitian

Pasar Baru Sorek Satu merupakan salah satu pasar yang terdapat di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan dan merupakan pasar yang memiliki fasilitas terlengkap. Pasar Baru Sorek Satu juga merupakan pasar yang menjual komoiti pertanian yang bervariasi sehingga banyak konsumen yang memilih untuk belanja di Pasar Baru Sorek Satu.

Akan tetapi Pasar Baru Sorek Satu ini banyak terdapat masalah dalam pengelolaan. Masalah-masalah tersebut timbul karena adanya beberapa persoalan yang terjadi di lingkungan internal dan lingkungan eksternal dalam pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu. Untuk mengatasi permasalahan yang ada diperlukan beberapa strategi dalam pengelolaan Pasar Baru sorek Satu dengan menggunakan analisis Matriks SWOT. Analisi yang harus dimaksimalkan yaitu kekuatan *(strenght)* dan peluang *(opportunites)* dan yang harus diminimalkan yaitu kelemahan *(weaknesses)* dan ancaman *(threats)*. Untuk Lebih jelas dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode, Tempat dan Waktu

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah penelitian yang sumber datanya berasal responden dengan menggunakan kuesioner atau angket (Noor, 2017). Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Baru Sorek Satu, Jalan Datuk Laksamana, Kelurahan Sorek Satu, Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. Alasan mengambil lokasi penelitian ini adalah karena Pasar Baru Sorek Satu merupakan pasar terlengkap di Kecamatan Pangkalan Kuras namun kurang tertata dengan fasilitas yang kurang memadai.

Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan yaitu mulai dari bulan Maret sampai dengan Agustus 2021, yang meliputi kegiatan persiapan (pembuatan proposal, seminar proposal dan perbaikan), pelaksanaan penelitian, (pengumpulan data, tabulasi dan analisi data), perumusan hasil, seminar hasil, perbaikan, perbanyak laporan hasil penelitian.

3.2 Teknik Penentuan Responden

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pengelola pasar, pedagang dan seluruh konsumen yang berada di Pasar Baru Sorek Satu. Responden pengelola pasar sebanyak 5 orang yang ditentukan secara sensus yaitu ketua, sekretaris, bagian teknisi, bagian keamanan dan ketertiban dan bagian kebersihan dan keindahan. Responden pedagang diambil sebanyak 10% dari total pedagang masing-masing los, kios dan dasaran secara *Propotional Stratified Random Sampling* dan, konsumen diambil sebanyak 14 orang yang berbelanja di Pasar

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Baru Sorek Satu dengan teknik *Accidental Sampling* serta pejabat daerah (Lurah Sorek Satu) diambil secara *Purposive Sampling* sebagai informan eksternal. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Teknik Penentuan Responden

No	Kriteria	Populasi	Sampel
1	Pengelola	5	5
2	Pedagang a. Los b. Kios c. Dasaran Total	 190 110 100 400	 19 11 10 40
3	Konsumen	-	14
4	Pejabat Daerah	-	1
Total			50

3.3 Jenis dan Tenik Pengambilan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan kuesioner pada subjek sebagai sumber informasi (Nazir, 2009). Data primer yang diperoleh berupa visi pasar, misi pasar, tujuan pasar, struktur organisasi pasar, tugas dan wewenang pengelola pasar dan bagaimana lingkungan internal dan eksternal pasar.

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti melalui lembaga seperti dari Dinas, Instansi terkait, dan Badan Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal dan skripsi yang dianggap dapat menunjang dan melengkapi penelitian ini (Narbuko dan Achmadi, 2018). Data sekunder yang diperoleh berupa keadaan umum daerah penelitian, batas-batas wilayah penelitian, serta informasi yang dianggap dapat menunjang dan melengkapi penelitian ini.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.4 Konsep Operasional

Untuk penyeragaman pengertian terhadap variabel yang akan diamati dalam penelitian ini maka perlu dibuat konsep operasional berikut ini:

1. Pasar Baru Sorek Satu merupakan salah satu pasar tradisional yang menjual berbagai produk pertanian seperti sayur-sayuran, buah, beras, daging ikan, terlur serta bahan-bahan makanan yang dibutuhkan sehari-hari
2. Pengelola pasar adalah orang yang melakukan pengawasan terhadap pedagang.
3. Pengurus pasar merupakan pegawai pasar termasuk juga petugas parkir dan kebersihan.
4. Pedagang adalah pihak yang melakukan kegiatan dengan menjual barang dan jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat kegiatannya untuk mendapatkan penghasilan.
5. Konsumen adalah semua pihak yang membeli barang keperluan sehari-harinya di pasar.
6. Karakteristik adalah suatu gambaran umum tentang keadaan sampel seperti umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan, dan pengalaman berusaha.
7. Umur adalah batas usia sampel saat penelitian dilakukan (tahun).
8. Jenis kelamin adalah atribut-atribut yang membedakan antara laki-laki dan perempuan (pria dan wanita).
9. Tingkat pendidikan adalah lamanya pendidikan formal sampel (tahun).
10. Jumlah tanggungan adalah semua anggota keluarga yang menjadi tanggungan kepala keluarga (jiwa).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

11. Pengalaman kerja adalah waktu atau masa kerja yang telah ditempuh seseorang untuk memenuhi kubutuhan hidup (tahun).
12. Faktor internal adalah faktor yang ada berasal dari dalam lingkungan pasar yang dapat mempengaruhi kegiatan di dalamnya.
13. Kekuatan adalah faktor internal yang dimiliki suatu pasar yang dapat mempengaruhi keberhasilan dengan memberikan keuntungan/kelebihan dari suatu kegiatan pasar.
14. Kelemahan adalah faktor internal yang dimiliki suatu pasar yang dapat mempengaruhi keberhasilan pasar dan biasanya dapat ditemukan beberapa kekurangan/keterbatasan dari suatu kegiatan pasar.
15. Faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar lingkungan pasar yang dapat mempengaruhi kegiatan di dalamnya.
16. Peluang adalah faktor eksternal yang dimiliki suatau pasar berupa kesempatan yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu pasar.
17. Ancaman adalah faktor eksternal yang dimiliki suatu pasar berupa gangguan yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu pasar.
18. Strategi adalah sesuatu yang sangat penting untuk mencapai keberhasilan suatu pasar.
19. Analisi SWOT adalah suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi strategi dalam suatu pasar dengan menggunakan faktor internal dan eksternal yang ada di lingkungan pasar tersebut.

3.5 Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis data-

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

data yang bersifat kualitatif yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat. Metode analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk memahami sebuah fakta, bukan menjelaskan fakta tersebut (Yusuf, 2019).

3.5.1 Profil Pasar Baru Sorek Satu

Profil Pasar Baru Sorek Satu dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Profil Pasar Baru Sorek Satu yaitu visi dan misi, tujuan, dan struktur organisasi, serta tugas dan wewenang pengelola pasar. Profil Pasar Baru Sorek Satu dibuat juga dengan melihat dari luas pasar, luas kios, luas los, sarana dan prasarana yang ada, tata letak, kebersihan, peraturan yang dijalankan, pengelolaan pasar, keamanan dan lain sebagainya yang dapat digunakan oleh pedagang dan konsumen.

3.5.2 Karakteristik Pengelola Pasar Baru Sorek Satu

Karakteristik pengelola pasar dianalisis secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Rata-rata dan persentase data karakteristik sampel diperoleh dengan cara dianalisis dengan membuat tabulasi dan ditabelkan terlebih dahulu. Karakteristik pengelola pasar yang diteliti yaitu umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jumlah tanggungan keluarga, dan pengalaman kerja. Karakteristik ini diteliti karena dapat mempengaruhi kinerja pengelola pasar.

3.5.3 Faktor Internal dan Faktor Eksternal Pasar Baru Sorek Satu

Secara teoritis ada dua faktor yang mempengaruhi pengelolaan pasar tradisional yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatannya yang berasal dari dalam organisasi tersebut. Faktor eksternal faktor yang ada di luar organisasi dimana faktor tersebut dapat mempengaruhi organisasi dan kegiatannya. Analisis

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

faktor internal dan faktor eksternal dilakukan dengan cara mengidentifikasi beberapa faktor yang dapat mempengengaruhi keberhasilah pasar tradisional, baik secara internal maupun eksternal. Sehingga dapat dengan mudah mengetahui bagaimana hubungan faktor tersebut dapat mempengaruhi kegiatan Pasar Baru Sorek Satu. Indikator internal dan eksternal diletakkan pada tabel IFAS dan EFAS yang dapat dilihat pada Tabel 3 dan 4 berikut ini:

Tabel 3. Matriks IFAS *(Internal Factors Analysis Summary)*

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan *(Strenghts)*			
1. Adanya ketersediaan dana pembangunan pasar dari pemerintah			
2. Aksesibilitas mudah karena infrastruktur jalan dengan kondisi baik			
3. Jenis komoditi yang diperjual-belikan lebih beragam			
4. Memiliki izin operasional dari pemerintah Kabupaten Pelalawan			
Subtotal			
Kelemahan *(Weaknesses)*			
1. Tidak adanya program kerja dari pengelola karena jumlah pengelola masih kurang			
2. Kebersihan kurang baik			
3. Sistem keamanan dan ketertiban kurang baik			
4. Fasilitas lengkap tetapi tidak terawat dengan baik			
Subtotal			
Total			

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 4. Matriks EFAS *(Exsternal Factors Analysis Summary)*

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang *(Opportunities)*			
1. Lokasi sangat strategis karena terletak di tengah ibukota Kecamatan Pangkalan Kuras			
2. Pertambahan jumlah penduduk			
3. Adanya investor untuk pendanaan pengelolaan pasar			
Subtotal			
Ancaman *(Threats)*			
1. Semakin banyak ruko-ruko di sekitar pasar			
2. Keberadaan pasar tradisional pesaing (pasar kaget) makin meningkat			
3. Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat			
Subtotal			
Total			

3.5.4 Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi organisasi. Dengan melihat faktor internal dan eksternal dalam penelitian ini maka penelitian dapat merumuskan analisis SWOT yang dapat memberi informasi Pasar Baru Sorek Satu Kecamatan Kuras Kabupaten Pelalawan. Selanjutnya melalui hubungan masing-masing ator dalam Kekuatan *(strenght)*, kelemahan *(weaknesses)*, peluang *(opportunities)*, dan ancaman *(threats)* akan tergambarkan strategi yang dapat digunakan untuk pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu. Data pada penelitian ini adalah data yang belum diolah dalam pengertian kualitatif kemudia skala pengukurannya akan menggunakan *rating scale.* Dalam hal ini responden tidak perlu menjawab dengan data kualitatif, tetapi menjawab salah satu dari jawaban kuantitatif yang telah disediakan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tahap-tahap dalam analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi kekuatan dan kelemahan IFAS untuk variabel-variabel sumber daya manusia (pengurus, pedagang dan konsumen), fasilitas, manajemen pemeliharaan, serta sosial dan budaya dari strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu.
2. Identifikasi peluang dan ancaman EFAS untuk variabel-variabel sumber daya manusia (pengurus, pedagang dan konsumen), fasilitas, manajemen pemeliharaan, serta sosial dan budaya dari strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu.
3. Berikan rating atau peringkat untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala. Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kondisi pasar yang bersangkutan. Pemberian nilai rating kekutan pada matrik IFAS dengan skala yang digunakan yaitu 1 = sangat tidak kuat, 2 = kurang kuat, 3 = kuat, 4 = sangat kuat. Sedangkan untuk faktor yang menjadi kelemahan pemberian nilai rating dilakukan sebaliknya.
4. Pemeberian nilai rating peluang pada matrik EFAS dengan memberi skala yang digunakan yaitu 1 = rendah, 2 = sedang, 3 = tinggi, 4 = sangat tinggi. Sedangkan untuk faktor yang menjadi ancaman, pemberian nilai rating dilakukan sebaliknya. Kalikan setiap bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan.
5. Menentukan kondisi pasar dan strategi yang harus diterapkan pada strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu.
6. Menentukan alternatif strategi, pilihan strategi dan kebijakan yang dapat dilaksanakan di Pasar Baru Sorek Satu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

7. Pada hasil matriks bobot, rating dan skor diuji menggunakan kuadrat SWOT.
8. Untuk hasil strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu dapat dibuat dengan matriks SWOT.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV
GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Keadaan Geografis dan Topografi

Kelurahan Sorek Satu merupakan satu-satunya Kelurahan yang ada di Ibu Kota Kecamatan Pangkalan Kuras terdiri dari dataran rendah yang kering. Terbukti sering terjadi kekeringan di musim kemarau. Wilayah Kelurahan Sorek Satu berbentuk memanjang mengikuti jalur Lintas Timur. Suhu rata-rata 30^0 C. Kelurahan Sorek Satu memiliki sarana yang sangat terbatas baik pendidikan, kesehatan maupun pembangunan infrastruktur menjadi prioritas utama dalam pembangunan Kelurahan Sorek Satu. Kelurahan Sorek Satu terletak di jalan Lintas Timur. Luas wilayah Kelurahan Sorek Satu adalah 8.000 Ha. Jarak tempuh ke Ibu Kota Kabupaten adalah 64 KM dan jarak Ibu Kota Provinsi adalah 114 Km yang dipergunakan untuk lokasi pemukiman dan jalan seluas 90 Ha, lokasi pemakaman seluas 1 Ha, lokasi prasarana umum seluas 10 Ha, lokasi perkebunan karet dan jalan seluas 90 Ha. Sedangkan jarak ke Ibu Kota kabupaten 63 Km yang dapat ditempuh melalui jalan darat dengan waktu lebih kurang 1 jam.

Kelurahan Sorek Satu termasuk salah satu Ibu Kota Kecamatan Pangkalan Kuras yang merupakam Kecamatan kedua terbesar kedua setelah Pangkalan Kerinci di Kabupaten Pelalawan ini dengan luas daerah 8.000 Ha dengan batas-batas berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Sorek Dua
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Bandar Petalangan
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Batang Kulim
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Bunut/Bandar Petalangan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kelurahan Sorek Satu menjadikannya masyarakat yang heterogen yang mempunyai banyak klasifikasi pekerjaan dengan tingkat keamaan wilayah yang cukup baik dan mempunyai tingkat solidaritas sosial yang masih tinggi dalam kehidupan sehari-hari.

Kondisi permukaan tanah di Kelurahan Sorek Satu merupakan dataran dan perbukitan yang kering. Keadaan cuaca di Keluran Sorek Satu terdiri dari dua musim yaitu musim kemarau dengan temperature rata-rata 24^0 C s/d 28^0 C, dan musim hujan dengan tingkat curah hujan 1.500-2.700 mm pertahun, tetapi pada saat sekarang sulit diperkirakan kapan musim kemarau dan kapan musim hujan karena musim kemarau atau musim hujan sudah tidak menentu (Profil Kelurahan Sorek Satu, 2020).

4.2 Keadaan Penduduk

Kelurahan Sorek Satu mempunyai Jumlah penduduk ± 11.281 jiwa yang tersebar dalam 9 wilayah RW dan 29 RT. Umumnya penduduk berasal dari daerah asli atau masyarakat tempatan dan masyarakat pendatang. Sebagian besar adalah suku melayu. Keadaan penduduk terbagi atas umur dan jenis kelamin, tingkat pendidikan dan mata pencarian.

4.2.1 Umur dan Jenis Kelamin

Jumlah penduduk Kelurahan Sorek Satu berdasarkan umur pada tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Penduduk di Kelurahan Sorek Satu Berdasarkan Umur, 2021

No	Umur (tahun)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
1	0 – 15	4.214	38,59
2	15 – 56	5.413	49,56
3	>56	1.294	11,85
	Total	10.921	100

Sumber: Profil Kelurahan Sorek Satu, 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa penduduk yang berumur tidak produktif berjumlah 5.508 orang sedangkan yang berumur produktif berjumlah 5.413 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa di Kelurahan Sorek Satu pada tahun 2020 lebih banyak penduduk yang berumur tidak produktif dibandingkan dengan penduduk berumur produktif. Sehingga beban tanggungan penduduk berumur produktif lebih tinggi untuk menanggung biaya hidup penduduk berumur tidak produktif. Jumlah penduduk Kelurahan Sorek Satu berdasarkan jenis kelamin pada tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Penduduk di Kelurahan Sorek Satu Berdasarkan Jenis Kelamin, 2021

No	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
1	Laki-laki	6.224	54,02
2	Perempuan	5.297	45,98
	Total	11.521	100

Sumber: Profil Kelurahan Sorek Satu, 2021

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa penduduk dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 6.224 orang sedangkan yang dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 5.297 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa di Kelurahan Sorek Satu pada tahun 2020 lebih banyak penduduk yang berjenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan penduduk berjenis kelamin perempuan.

4.2.2 Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan memegang peranan penting dalam keberhasilan pembangunan ekonomi. Apalagi dalam masa pembangunan sekarang ini menuju kepada kearah pengembangan sumber daya manusia yang aktif dan terampil hingga menjadi tenaga kerja yang mempunyai skill atau paling tidak membaca dan menulis. Tingkat pendidikan di Kelurahan Sorek Satu dapat dilihat pada Tabel 7 berikut ini:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 7. Tingkat Pendidikan di Kelurahan Sorek Satu, 2021

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
1	Pra Sekolah	361	8,77
2	SD	2.602	63,24
3	SLP	117	2,84
4	SLA	567	13,79
5	Sarjana	467	11,36
	Total	4.114	100

Sumber Data : Profil Kelurahan Sorek Satu, 2021

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa di Kelurahan Sorek Satu tingkat pendidikan masyarakat cukup bagus, karena banyaknya masyarakat yang menerima pendidikan dengan baik.

4.2.3 Mata Pencaharian

Kelurahan Sorek satu merupakan wilayah agraris maka sebagian besar penduduknya bermata pencarian petani (perkebunan karet dan kelapa sawit), namun banyak juga pekerjaan lainnya seperti : berdagang, PNS, Karyawan Swasta, Wiraswasta/kontraktor, buruh, dan lain-lain dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 8. Mata Pencarian di Kelurahan Sorek Satu, 2021

No	Mata Pencarian	Jumlah Penduduk (jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	621	30,96
2	Pedagang	673	33,55
3	PNS	576	28,71
4	Buruh	136	6,78
	Total	2.006	100

Sumber: Profil Kelurahan Sorek Satu, 2021

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa rata-rata mata pencarian masyarakat di Kelurahan Sorek Satu adalah sebagai petani dan pedagang. Hal ini disebabkan oleh sumberdaya alam dan sektor perdagangan di Kelurahan Sorek Satu cukup baik.

4.3 Sarana dan Prasarana Ekonomi

Pembangunan sarana dan prasarana memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung aktivitas ekonomi dan komunikasi diantara kelompok

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

masyarakat serta mengikat dan menghubungkan antar wilayah disuatu daerah. Sarana dan prasarana ekonomi di Kelurahan Sorek Satu dapat dilihat pada Tabel 9 dan 10 berikut ini:

Tabel 9. Sarana Ekonomi di Kelurahan Sorek Satu, 2021

No	Sarana Ekonomi	Jumlah (unit)
1	Pasar Tradisional	1
2	Toko-toko	100
3	Swalayan	2
4	Mini Market	6
5	Pasar Kaget	2

Sumber: Profil Kelurahan Sorek Satu, 2021

Tabel 10. Prasarana Ekonomi di Kelurahan Sorek Satu, 2021

No	Prasarana Ekonomi	Jumlah (unit)
1	Becak Motor	50
2	Mobil Angkutan Umum	5

Sumber: Profil Kelurahan Sorek Satu, 2021

Berdasarkan Tabel 9 dan 10 dapat dilihat bahwa di Keluran Sorek Satu memiliki 5 sarana ekonomi dan 2 prasarana ekonomi yang mendukung perekonomian di Kelurahan Sorek Satu. Masyarakat di Kelurahan Sorek Satu menggunakan sarana dan prasarana ini untuk memenuhi kebutuhan ekonomi mereka sehari-hari.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Profil Pasar Baru Sorek Satu

5.1.1 Gambaran Umum

Pasar Baru Sorek Satu terletak di jalan Datuk Laksamana, Kelurahan Sorek Satu, Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. Pasar Baru Sorek Satu merupakan pasar yang memiliki aksesibilitas yang mudah dijangkau karena jalan menuju pasar dengan kondisi baik. Pasar Baru Sorek Satu memiliki lokasi yang sangat strategis karena terletak di tengah-tengah ibukota Kecamatan Pangkalan Kuras. Pasar baru Sorek Satu ini juga terletak di depan kantor Lurah Sorek Satu.

Pasar Baru Sorek Satu berdiri pada tahun 1995 dan dikelola oleh Pemerintah Daerah/BUM/Adat. Luas lahan Pasar Baru Sorek Satu yaitu 2 Ha dan digunakan untuk bangunan dengan luas 1.5 Ha. Pada tahun 2015 Pasar Baru Sorek Satu telah mengalami revitalisasi. Pasar ini buka/beroperasi setiap hari mulai pukul 04.30-11.00 pagi.

Pasar Baru Sorek Satu menjual berbagai produk pertanian untuk kebutuhan pokok sehari-hari seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ikan, beras, daging, telur, serta bahan-bahan kebutuhan pokok lainnya. Fasilitas yang tersedia yaitu 1 lahan parkir, 2 tempat pembungan sampah (TPS), 3 mandi mencuci kakus (MCK), dan 1 tempat ibadah.

Jumlah pedagang yang berjualan di Pasar Baru Sorek Satu dapat dilihat Tabel 11 berikut ini:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 11. Jumlah Pedagang Pasar Baru Sorek Satu

No	Pedagang	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Kios	110	27,50
2	Los	190	47,50
3	Dasaran	100	25,00
	Total	400	100

Sumber : Kantor Pengelola Pasar Sorek Satu, 2021

Pedagang yang berjualan di Pasar Baru Sorek Satu berasal dari berbagai daerah yang berbeda yaitu, dari daerah sekitar Kelurahan Sorek Satu, Pekanbaru, Bangkinang, Indragiri Hulu, Indragiri Hilir bahkan dari Provinsi Sumatera Barat. Sebagian besar pedagang yang berjualan di Pasar Baru Sorek Satu yaitu berasal dari daerah sekitar Kelurahan Sorek Satu dan Provinsi Sumatera Barat.

5.1.2 Visi, Misi dan Tujuan

Semua hal yang terkait dengan pengelolaan di Pasar Baru Sorek Satu ini harus mengikuti dan mendukung kebijakan yang mengacu pada visi, misi dan tujuan. Adapun visi Pasar Baru Sorek Satu adalah mewujudkan Pasar Baru Sorek Satu merupakan pasar tradisional yang bersih, aman dan nyaman bagi setiap masyarakat yang berkunjung. Sementara itu misinya adalah dalam pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu pengelola berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk pedagang maupun pembeli dengan meningkatkan kenyamanan, kebersihan, keamanan, serta ketertiban dalam lingkungan pasar. Tujuan didirikannya Pasar Baru Sorek Satu adalah membuat pengunjung merasa nyaman dan aman ketika sedang berbelanja serta menghilangkan kesan pasar tradisional yang tidak bersih di mata masyarakat.

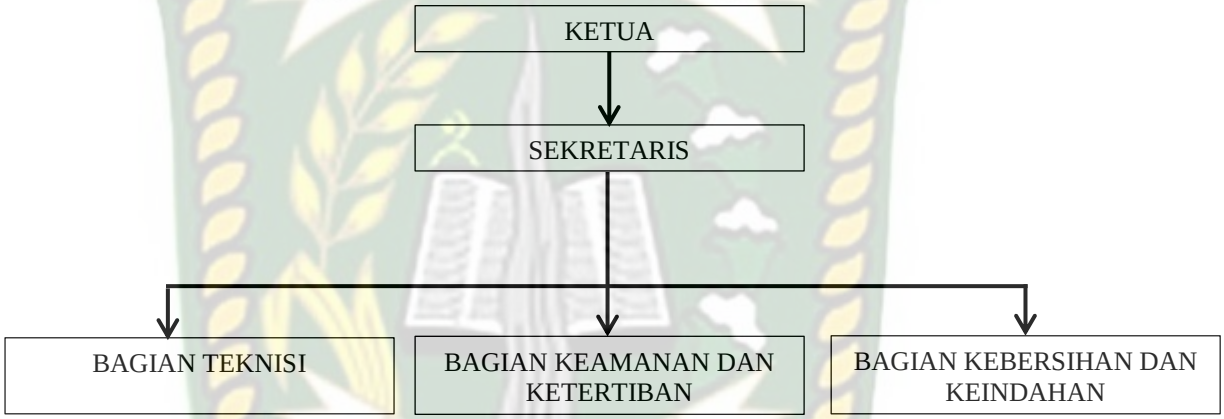
Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Baru Sorek Satu yaitu pelaksanaan pengelolaan pasar belum sesuai dengan visi, misi dan tujuan pasar. Hal ini dapat dilihat bahwa belum menunjukkan adanya pengelolaan yang baik,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

karena dari penyediaan sarana dan prasarana untuk para pedagang belum mampu menciptakan suasana yang nyaman bagi para konsumen. Contohnya toilet umum yang tidak terawat, kondisi tempat berjualan yang belum memadai seperti los, kios, dan pedagang dasaran yang masih berjualan di pinggir jalan.

5.1.3 Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi Pasar Baru Sorek Satu dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



Gambar 3. Struktur Organisasi Pengelola Pasar Baru Sorek Satu
Sumber : Kantor Pengelola Pasar Sorek Satu, 2020

5.1.4 Tugas dan Wewenang Pengelola

Tugas dan wewenang pengelola Pasar Baru Sorek Satu yang meliputi ketua, sekretaris, bagian teknisi, bagian keamanan dan ketertiban dan bagian kebersihan dan keindahan yaitu sebagai berikut:

1. Tugas dan wewenang ketua adalah sebagai berikut:
   a. Pelaksanaan pembinaan dan pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu.
   b. Pelaksanaan pelayanan, pemeliharaan, dan pengembangan Pasar baru Sorek Satu.
   c. Penyediaan informasi dan pengaduan tentang pasar di Pasar Baru Sorek Satu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

d. Pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia di Pasar Baru Sorek Satu.

e. Pelaksanaan urusan ketatausahaan dan keuangan Pasar Baru Sorek Satu.

f. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

g. Pelaksanaan pemungutan uang retribusi di Pasar Baru Sorek Satu.

2. Tugas dan wewenang sekretaris adalah sebagai berikut:

   a. Penyiapan dan pengumpulan bahan untuk penyusunan program pembinaan dan pengawasan.

   b. Pengolahan/analisa dan penyusunan bahan untuk evaluasi dan pelaporan guna pemberian saran/masukan pertimbangan kepadaa pimpinan dalam pembinaan.

   c. Pengurusan dokumen/bahan-bahan untuk koordinasi dibidang pembinaan dan pengawasan dalam penyelenggaraan urusan keuangan, kepegawaian, kehumasan, hukum, surat menyurat, kearsipan, organisasi dan tata laksana rumah tangga, perlengkapan, penyusunan program dan pelaporan.

3. Tugas dan wewenang bagian teknisi adalah melaksanakan pelayanan pemeliharaan dan perbaikan bangunan, mesin, elektrikal serta sarana dan prasarana.

4. Tugas dan wewenang bagian keamanan dan ketertiban adalah memberikan pembinaan dan pelayanan dalam hal keamanan agar senantiasa aman dan tertib, sehingga pedagang dan pengunjung merasa nyaman.

5. Tugas dan wewenang bagian kebersihan dan keindahan adalah memberikan pembinaan dan pelayanan dalam hal kebersihan dan keindahan agar terjaga lingkuangan yang bersih dan indah.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.2 Karakteristik Pengelola Pasar Baru Sorek Satu

Karakteristik pengelola Pasar Baru Sorek Satu digunakan untuk mengetahui keragaman dari pengelola berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, jumlah tanggungan, dan pengalaman kerja. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi pengelola Pasar Baru Sorek Satu dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian ini. Karakteristik Pengelola Pasar Baru Sorek Satu dapat dilihat pada Tabel 12 berikut ini:

Tabel 12. Karakteristik Pengelola Pasar Baru Sorek Satu

1	Umur (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
	35-40	3	60
	41-46	2	40
	Total	5	100
2	Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
	Laki-laki	2	40
	Perempuan	3	60
	Total	5	100
3	Tingkat Pendidikan (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
	9-11	1	20
	12-14	3	60
	15-17	1	20
	Total	5	100
4	Jumlah Tanggungan (jiwa)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
	1-2	1	20
	3-4	4	80
	Total	5	100
5	Pengalaman Kerja (tahun)	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
	1-2	2	40
	3-4	2	40
	5-6	1	20
	Total	5	100

5.2.1 Umur

Berdasarkan karakteristik umur pengelola di Pasar Baru Sorek Satu pada Tabel 12 menunjukkan bahwa pengelola yang berumur 35-40 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 60% dan pengelola yang berumur 41-45 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 40%. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata umur

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pengelola yaitu 40,4 tahun dan pada kategori usia produktif. Umur mempengaruhi pola pikir pengelola dalam mengelola Pasar Baru Sorek Satu. Umur pengelola yang produktif sangat berhubungan erat dengan tingkat kinerjanya, yaitu apabila seseorang masih berada pada usia produktif maka kinerja dalam bekerja masih dapat ditingkatkan.

5.2.2 Jenis Kelamin

Berdasarkan karekteristik jenis kelamin pengelola di Pasar Baru Sorek Satu pada Tabel 12 menunjukkan bahwa pengelola yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 2 orang dengan persentase 40% dan pengelola yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 3 orang dengan persentase 60%. Hal tersebut dikarenakan untuk mengurus administrasi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu diperlukan pengelola yang perempuan, sehingga sebgaian besar pengelola berjenis kelamin perempuan yaitu 3 orang. Jenis kelamin pengelola Pasar Baru Sorek Satu dapat mempengaruhi kinerja pengelola pasar.

5.2.3 Tingkat Pendidikan

Berdasarkan karakteristik Tingkat pendidikan pengelola di Pasar Baru Sorek Satu pada Tabel 12 menunjukkan bahwa pengelola yang berpendidikan 9 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 20%, pengelola yang berpendidikan 12 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 40%, pengelola yang berpendidikan 14 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 20% dan pengelola yang berpendidikan 15 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 20%. Rata-rata tingkat pendidikan pengelola yaitu 12,4 tahun. Tingkat pendidikan sangat berkaitan erat dengan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan dalam

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

bekerja. Tinggi rendahnya tingkat pendidikan pengelola Pasar Baru Sorek Satu dapat menunjukkan kualitas sumberdaya manusia.

5.2.4 Jumlah Tanggungan Keluarga

Berdasarkan karakteristik jumlah tanggungan keluarga pengelola di Pasar Baru Sorek Satu pada Tabel 12 menunjukkan bahwa pengelola yang memiliki jumalah tanggungan 1-2 orang sebanyak 1 orang dengan persentase 20% dan pengelola yang jumlah tanggungan 3-4 orang sebanyak 4 orang dengan persentase 80%. Hal tersebut dikarenakan sebagian pengelola di Pasar Baru Sorek Satu memiliki jumlah tanggungan 3-4 orang, sehingga pengelola yang mempunyai tanggungan 3-4 orang yaitu 4 orang. Rata-rata jumlah tanggngan pengelola yaitu 3 jiwa. Jumlah tanggungan kelurga pengelola Pasar Baru Sorek Satu dapat mempengaruhi kemampunan pengelolaan ekonomi keluarga.

5.2.5 Pengalaman Kerja

Berdasarkan karakteristik pengalaman kerja pengelola di Pasar Baru Sorek Satu pada Tabel 12 menunjukkan bahwa pengelola yang mempunyai pengalaman kerja 1-2 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 40%, pengelola yang mempunyai pengalamn kerja 3-4 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 40% dan pengelola yang mempunyai pengalaman kerja 5-6 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase 20%. Hal tersebut dikarenakan banyak pengelola Pasar Baru Sorek Satu yang mempunyai pengalaman kerja 1-2 tahun dan 3-4 tahun yaitu sebanyak 4 orang. Rata-rata pengalaman kerja pengelola yaitu 3 tahun. Pengalaman kerja pengelola Pasar Baru Sorek Satu dapat mempengaruhi kemampuan, keahlian dan keterampilan pengelola dalam mengelola pasar.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.3 Faktor Internal dan Eksternal Pasar baru Sorek Satu

Analisis faktor internal dan eksternal pada lingkungan dilakukan untuk mengetahui apasaja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di Pasar Baru Sorek Satu. Berdasarkan penelitian ini ada beberapa faktor internal dan eksternal yang ada di Pasar Baru Sorek Satu yaitu sebagai berikut:

5.3.1 Faktor Internal

1. Kekuatan
   a. Adanya ketersediaan dana pembangunan pasar dari pemerintah, yaitu dana yang digunakan untuk pembangunan di Pasar Baru Sorek Satu ini merupakan dana bantuan dari pemerintah Kabupaten Pelalawan yang disalurkan melalui pengelola Pasar Baru Sorek Satu.
   b. Aksesibilitas mudah karena infrastruktur jalan dengan kondisi baik, yaitu akses atau jalan menuju Pasar Baru Sorek Satu ini sangat mudah dijangkau karena jalan menuju Pasar Baru Sorek Satu sudah dalam kondisi baik dengar artian sudah diaspal dan tidak ada yang rusak.
   c. Jenis komoditi yang diperjual-belikan lebih beragam, yaitu komoditi yang dijual di Pasar Baru Sorek Satu merupakan komoditi pertanian yang memiliki ragam yang banyak mulai dari sayur-sayuran, buah-buahan, daging, ikan terlur, beras, serta barang kebutuhan pokok sehari-hari lainnya juga ada dijual di Pasar Baru Sorek Satu.
   d. Memiliki izin operasional dari pemerintah Kabupaten Pelalawan, yaitu Pasar Baru Sorek Satu ini merupakan pasar yang memiliki izin atau legalitas untuk beroperasi dari pemerintah Kabupaten Pelalawan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Kelemahan

a. Tidak adanya program kerja dari pengelola karena jumlah pengelola masih kurang, yaitu pengelola di Pasar Baru Sorek Satu tidak mempunyai program kerja yang dapat mengembangkan pasar sehingga pasar tersebut tidak memiliki kemajuan hal ini disebabkan oleh jumlah pengelola yang kurang.

b. Kebersihan kurang baik, yaitu di Pasar Baru Sorek Satu banyak sampah yang tidak dibersihkan sehingga berserakan kemana-mana dan banyak limbah yang tidak mengalir disebabkan drainase yang tersumbat oleh sampah sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap dan menyebabkan kebersihan yang kurang baik.

c. Sistem keamanan dan ketertiban kurang baik, yaitu keamanan di Pasar Baru Sorek Satu tidak terjaga dengan baik sehingga menimbulkan keamanan yang kurang baik dan banyak pedagang dasaran di Pasar Baru Sorek Satu yang berjualan di jalan dan lahan parkir sehingga menimbulkan ketertiban yang kurang baik.

d. Fasilitas pasar lengkap tetapi tidak terawat dengan baik, yaitu fasilitas di Pasar Baru Sorek Satu sangat lengkap akan tetapi tidak terawatt dengan baik sehingga menyebabkan kamar mandi yang tidak bersih serta bangunan banyak yang rusak sehingga tidak layak digunakan.

5.3.2 Faktor Eksternal

1. Peluang

a. Lokasi sangat strategis karena terletak di tengah-tengah ibukota Kecamatan Pangkalan Kuras, yaitu lokasi Pasar Baru Sorek Satu ini sangat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mudah di jangkau dari beberapa desa di Kecamatan Pangkalan Kuras karena terletak di tengah-tengah ibukota Kecamatan.

b. Pertambahan jumlah penduduk, yaitu dengan adanya pertambahan jumlah penduduk membuat Pasar Baru Sorek Satu banyak dikunjungi masyarat sehingga meningkatnya pendapatan pasar dan pedagang.

c. Adanya investor untuk pendanaan pengelolaan pasar, yaitu dengan adanya investor yang berinvestasi di Pasar Baru Sorek Satu membuat pengelolaan pasar semakin meningkat.

2. Acaman

a. Semakin banyak ruko-ruko di sekitar pasar, yaitu dengan adanya ruko-ruko yang berkembang di sekitar Pasar Baru Sorek Satu yang berjualan bahan kebutuhan pokok sehari-hari menyebabkan kurang nya minat masyarakan membeli bahan kebutuhan pokok sehari-hari di Pasar Baru Sorek Satu.

b. Keberadaan pasar tradisional pesaing (pasar kaget) makin meningkat, yaitu dengan adanya pasar kaget yang masuk ke desa-desa di Kecamatan Pangkalan Kuras menyebabkan masyarakat di pedesaan yang enggan untuk datang ke Pasar Baru Sorek Satu.

c. Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat, yaitu dengan adanya pasar-pasar modern seperti swalayan di sekitar Pasar Baru Sorek Satu yang memiliki kualitas barang-barang yang baik menyebabkan turunnya pendapatan pedagang kecil di Pasar Baru Sorek Satu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.4 Strategi Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu

Analisis SWOT merupakan sebuah analisis perencanaan strategi dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan, kelemahan, peluang ancaman. Analisis ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk menjalankan sebuah strategi. Dalam menyusun perencanaan strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu dapat menggunakan Analisis SWOT untuk dapat mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Ada beberapa tahap dalam analisis SWOT yaitu; pertama tahap pengumpulan data, kedua tahap analisis, dan ketiga tahap pengambilan keputusan. Tahap pertama yaitu mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang terjadi di lingkungan Pasar Baru Sorek Satu. Tahap kedua yaitu menganalisis data yang diperoleh. Tahap ketiga yaitu mentukan strategi yang tepat untuk pengelolaan Pasar Batu Sorek Satu.

Berikut faktor internal yang telah diolah menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 13 berikut ini:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 13. Matriks IFAS *(Internal Factors Analysis Summary)*

Faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan *(Strenghts)*			
1. Adanya ketersediaan dana pembangunan pasar dari pemerintah	0.12	3	0.36
2. Aksesibilitas mudah karena infrastruktur jalan dengan kondisi baik	0.14	4	0.56
3. Jenis komoditi yang diperjual-belikan lebih beragam	0.13	3	0.39
4. Memiliki izin operasional dari pemerintah Kabupaten Pelalawan	0.12	3	0.36
Subtotal	0.51	13	1.67
Kelemahan *(Weaknesses)*			
1. Tidak adanya program kerja dari pengelola karena jumlah pengelola masih kurang	0.11	3	0.33
2. Kebersihan kurang baik	0.13	3	0.39
3. Sistem keamanan dan ketertiban kurang baik	0.12	3	0.36
4. Fasilitas lengkap tetapi tidak terawat dengan baik	0.13	3	0.39
Subtotal	0.49	12	1.47
Total	1.00	25	3.14

Berdasarkan Tabel 13 dapat dilihat bahwa hasil analisis SWOT dari faktor internal pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu yaitu dari kekuatan adalah 1.67 dan kelemahan 1.47. Hasil total keselurahan dari faktor internal pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu adalah 3.14. Pada Tabel 13 ini dapat dilihat bahwa faktor kekuatan yang memilik bobot dan skor terbesar yaitu indikator aksesibilitas mudah karena infrastruktur jalan dengan kondisi baik dengan nilai 0.56. Hal ini terjadi karena akses atau jalan menuju Pasar Baru Sorek Satu ini sangat mudah dijangkau karena jalan menuju Pasar Baru Sorek Satu sudah dalam kondisi baik dengar artian sudah diaspal dan tidak ada yang rusak.

Sementara pada bobot faktor kelemahan terlihat bahwa bobot dan skor tertinggi yaitu indikator kebersihan yang kurang baik dan fasilitas lengkap tetapi tidak terawat dengan baik dengan nilai 0.39. Kebersihan yang kurang baik terjadi karena kurang tersedianya tempat sampah pada los-los pedagang sehingga sampah berserakan di pinggir jalan dan selokan. Fasilitas yang lengkap tetapi tidak terwat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dengan baik juga membuat keadaan pasar semakin tidak nyaman bagi masyarakat yang berbelanja ke Pasar Baru Sorek Satu contohnya lahan parkir yang sempit, mushola yang tidak terawat dan toilet umum yang disediakan sudah tidak layak digunakan.

Setelah didapatkan skor didapatkan dari kedua faktor internal tersebut, maka langkah berikutnya adalah menghitung skor selisih dengan cara mengurangi skor kekuatan dan skor kelemahan dan diperoleh nilai 0.10 (positif). Artinya antara kekuatan dan kelemahan ternyata kekuatan pasar lebih besar daripada kelemahan yang dimiliki pengelola Pasar Baru Sorek Satu.

Berikut faktor eksternal yang telah diolah menggunakan matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 14 berikut ini:

Tabel 14. Matriks EFAS *(Exsternal Factors Analysis Summary)*

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang *(Opportunities)*			
1. Lokasi sangat strategis karena terletak di tengah ibukota Kecamatan Pangkalan Kuras	0.19	3	0.57
2. Pertambahan jumlah penduduk	0.17	3	0.51
3. Adanya investor untuk pendanaan pengelolaan pasar	0.15	3	0.45
Subtotal	0.51	9	1.53
Ancaman *(Threats)*			
1. Semakin banyak ruko-ruko di sekitar pasar	0.15	3	0.45
2. Keberadaan pasar tradisional pesaing (pasar kaget) makin meningkat	0.18	3	0.54
3. Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat	0.16	3	0.48
Subtotal	0.49	9	1.47
Total	1.00	18	3.00

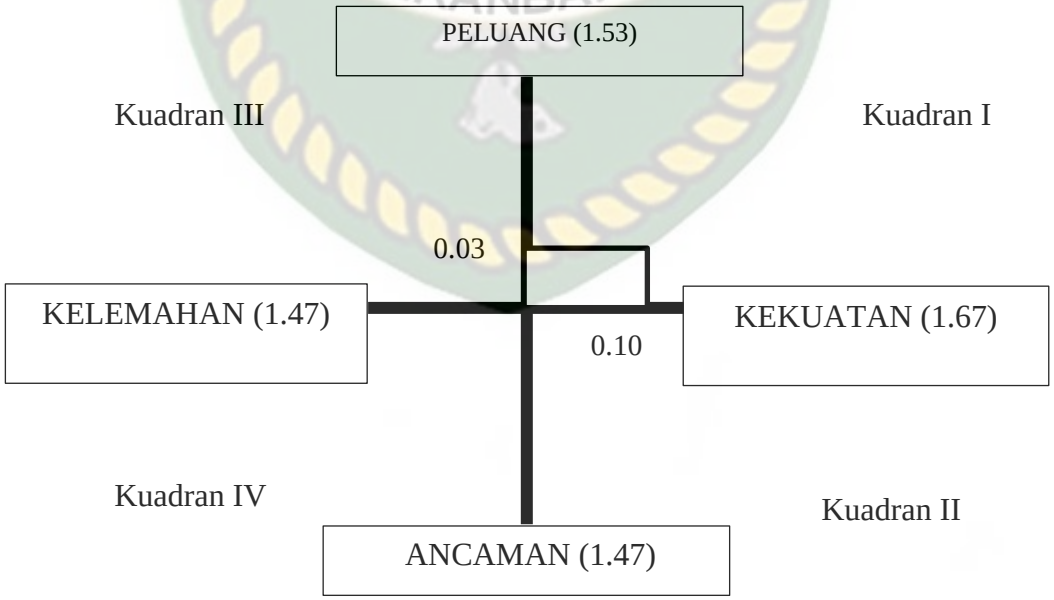
Berdasarkan Tabel 14 dapat dilihat bahwa hasil analisis SWOT dari faktor eksternal pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu yaitu dari peluang yaitu 1.53 dan ancaman 1.47. Hasil total keseluraha dari faktor eksternal pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu adalah 3.00. Pada Tebel 14 ini dapat dilihat bahwa faktor peluang yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

memiliki bobot dan skor terbesar bagi pengelola pasar adalah lokasi Pasar Baru Sorek Satu sangat strategis terletak di tengah-tengah ibukota Kecamatan Pangkalan Kuras sehingga mempermudah masyarakat untuk berkunjung ke Pasar Baru Sorek Satu dengan nilai 0.57.

Faktor ancaman yang memiliki bobok dan skor terbesar yaitu keberadaan pasar pesaing (pasar kaget) yang masuk ke desa-desa makin meningkat sehingga menyebabkan masyarakat pedesaan enggan untuk datang ke Pasar Baru Sorek Satu dengan nilai 0.54. Selisih dari skor peluang dan ancaman diperoleh nilai sebesar 0.03 (positif). Artinya pengelola pasar telah memanfaatkan peluang untuk mengelola Pasar Baru Sorek Satu sehingga menyebabkan rendahnya ancaman yang ada.

Perolehan nilai selisih skor dari faktor internal sebesar 0.10 dan faktor eksternal 0.03 selanjutnya dapat dijadikan panduan dalam membuat kuadran SWOT pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu terlihat pada Gambar 4 berikut ini:



Gambar 4. Diagram Kuadran SWOT

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Setelah mengetahui bahwa pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu berada pada kuandran I, maka selajutnya adalah menerapkan strategi pengelolan agresif *(growh orientedstrategy)* atau strategi SO, posisi tersebut merupakan situasi yang menguntungkan karena memiliki banyak kekuatan dan peluang. Strategi yang dapat dikembangkan antara lain :

1. Perbaikan sarana dan prasarana yang ada di Pasar Baru Sorek Satu.
2. Perbaikan tata letak tempat berjualan yang ada di Pasar Baru Sorek Satu sehingga lebih rapi dan tertata.

Untuk lebih jelasnya hasil analisis matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 15 berikut ini:

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 15. Matriks SWOT Pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu

IFAS / EFAS	Kekuatan *(Strength)* 1. Adanya ketersediaan dana pembangunan pasar dari pemerintah 2. Aksesibilitas mudah karena infrastruktur jalan dengan kondisi baik 3. Jenis komoditi yang diperjual-belikan lebih beragam 4. Memiliki izin operasional dari pemerintah Kabupaten Pelalawan	Kelemahan *(Weaknesses)* 1. Tidak adanya program kerja dari pengelola karena jumlah pengelola masih kurang 2. Kebersihan kurang baik 3. Sistem Keamanan dan ketertiban kurang baik 4. Fasilitas pasar lengkap tetapi tidak terawatt dengan baik
Peluang *(Opportunities)* 1. Lokasi sangat strategis karena terletak di tengah ibukota Kecamatan Pangkalan Kuras 2. Pertambahan jumlah penduduk 3. Adanya investor untuk pendanaan pengelolaan pasar	Strategi SO 1. Perbaikan sarana dan prasarana yang ada di Pasar Baru Sorek Satu (S1, O1, O3) 2. Perbaikan tata letak tempat berjualan yang ada di Pasar Baru Sorek Satu sehingga lebih rapi dan tertata (S2, S3, O1)	Strategi WO 1. Kebersamaan masyarakat di sekitar pasar dalam menjaga keamanan dan ketertiban (W3, O1, O2) 2. Perekrutan dan pelatihan SDM (Sumber Daya Manusia) di sekitar pasar untuk menjadi tenaga pengelola pasar (W1, O2)
Ancaman *(Threats)* 1. Semakin banyak ruko-ruko di sekitar pasar 2. Keberadaa pasar tradisional pesaing (pasar kaget) makin meningkat 3. Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat	Strategi ST 1. Stabilitas harga dan kualitas produk dari jenis-jenis komoditi yang diperjual-belikan (S3, T2, T3) 2. Peningkatan promosi kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi (S1, S3, T1, T2, T3)	Strategi WT 1. Peningkatan pengawasan kepada pengelola dalam hal disiplin pada waktu kerja (W1, T3) 2. Pengoptimalan perawatan fasilitas-fasilitas pasar (W2, W4, T2, T3)

Berdasarkan Tabel 15 dapat dilihat bahwa hasil analisis matriks SWOT diperoleh alternatif strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu sebagai berikut:

1. Strategi SO *(Strenght-Opportunities)*

Strategi ini adalah strategi untuk memperbaharui pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu dengan tujuan untuk memaksimalkan kegiatan antara pengelola dan pedagang. Stategi SO ini dilakukan dengan perbaikan sarana dan prasarana dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

perbaikan tata letak berjualan yang ada di Pasar Baru Sorek Satu sehinga lebih rapi dan tertata.

2. Strategi ST *(Strenght-Threats)*

Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki suatu organisasi untuk mengatasi ancaman. Strategi ST ini dilakukan dengan stabilitas harga dan kualitas produk dari jenis-jenis komoditi yang diperjual-belikan dan peningkatan promosi kepada masyarakat dengan memanfaatkan teknologi.

3. Strategi WO *(Weaknesses-Opportunities)*

Strategi ini adalah starategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO ini dilakukan dengan kebersamaan masyarakat di sekitar pasar dalam menjaga keamanan dan ketertiban dan perekrutan dan pelatihan SDM (Sumber Daya Manusia) di sekitar pasar untuk menjadi tenaga pengelola pasar.

4. Strategi WT *(Weaknesses-Threats)*

Strategi ini adalah startegi yang berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman yang ada. Strategi WT ini dilakukan dengan peningkatan pengawasan kepada pengelola dalam hal disiplin pada waktu kerja dan pengoptimalan perawatan fasilitas-fasilitas pasar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Baru Sorek Satu Kecamatan Pangkalan Kuras kabupaten Pelalawan Provinsi Riau menunnjukkan adanya kekuatan dan peluang yang tinggi membuat Pasar Baru Sorek Satu mampu bertahan dan bersaing dengan pasar lainnya seperti pasar kaget, dan pasar modern. Akan tetapi Pasar Baru Sorek Satu memiliki beberapa kelemahan seperti

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pengelolaan yang kurang baik, hal tersebut dapat dilihat dari sumberdaya manusia yang kurang (pengelola), belum mampunya menciptakan suasana pasar yang nyaman bagi para pedagang dan konsumen, fasilitas umum seperti toilet umum, mushola dan tempat-tempat berjualan yang tidak terawat serta kebersihan yang tidak terjaga dengan baik. Namun dengan adanya kekuatan dan peluang yang tinggi Pasar Baru Sorek Satu mampu mengatasi beberapa kelemahan dan ancaman.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian penelitian diatas, dapat disimpulkan beberapa hal yaitu sebagai berikut :

1. Pasar Baru Sorek Satu terletak di jalan Datuk Laksamana, Kelurahan Sorek Satu, Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan, Provinsi Riau. Pasar Baru Sorek Satu merupakan pasar yang memiliki aksesibilitas yang mudah dijangkau. Pasar Baru Sorek Satu berdiri pada tahun 1995 dan dikelola oleh Pemerintah Daerah/BUM/Adat. Luas lahan Pasar Baru Sorek Satu yaitu 2 Ha dan digunakan untuk bangunan dengan luas 1.5 Ha. Pada tahun 2015 Pasar Baru Sorek Satu telah mengalami revitalisasi. . Pasar ini buka/beroperasi setiap hari mulai pukul 04.30-11.00 pagi. Pasar Baru Sorek Satu menjual berbagai produk pertanian untuk kebutuhan pokok sehari-hari seperti sayur-sayuran, buah-buahan, ikan, beras, daging, telur, serta bahan-bahan kebutuhan pokok lainnya.
2. Pengelola Pasar Baru Sorek Satu memiliki karakteristik adalah rata-rata umur yaitu 40,4 tahun dan termasuk dalam kategori usia produktif, jenis kelamin pengelola mayoritasnya perempuan, rata-rata tingkat pendidikan yaitu 12,4 tahun, rata-rata jumlah tanggungan keluarga yaitu 3 jiwa, dan rata-rata pengalaman kerja yaitu 3 tahun.
3. Strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu menggunakan analisis SWOT menyatakan bahwa usaha ini berada pada kuadran I (satu) sehingga dapat menjalankan strategi SO, yaitu dengan perbaikan sarana dan prasarana dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

perbaikan tata letak berjualan yang ada di Pasar Baru Sorek Satu sehinga lebih rapi dan tertata.

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan penulis untuk strategi pengelolaan Pasar Baru Sorek Satu di Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk pemerintah daerah agar lebih mengoptimalkan pengelolaan pasar sehingga dapat menarik masyarakat untuk berdagang dan berbelanja di Pasar Baru Sorek Satu.
2. Untuk pengelola Pasar Baru Sorek Satu agar lebih menjalin koordinasi dan komunikasi yang baik untuk memaksimalkan program atau kegiatan yang ada di Pasar Baru Sorek Satu.
3. Untuk pedagang dan konsumen, agar menjaga kebersihan, tidak merusak fasilitas yang telah disediakan, menjaga ketertiban dan keamanan pasar agar terciptanya kenyamanan di Pasar Baru Sorek Satu.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

BPS. 2019. Direktori Pasar dan Pusat Perdagangan. Jakarta.

Bryson, J. M. 1999. Perencanaan Strategi Bagi Organisasi Sosial. Pustaka Pelakar. Yogyakarta

Departemen Agama RI. 2010. Al-Qur'an dan terjemahannya. Lentera Abadi. Jakarta.

Dinas Pasar Kabupaten Pelalawan. 2016. Profil Pasar Daerah. Pelalawan.

Ghafur, A. 2019. Mekanisme Pasar Perspektif Islam. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. 5(1) : 1-21.

Glueck, W. F dan Jauch, L. R. 1994. Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan. Erlangga. Jakarta.

Kelurahan Sorek Satu. 2020. Profil Kelurahan Sorek Satu. Pelalawan.

Kotler, P. 2002. Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2. PT Prenhallindo. Jakarta

Kotler, P dan Amstrong, G. 1999. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlanggga. Jakarta.

Kurniawan, F. 2018. Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Teluk Kuantan. Jurnal Perencanaan, Sains, Teknologi, dan Komputer. 1(1) : 59-75.

Lilananda, R. P. 1997. Transformasi Pasar Tradisional di Perkotaan di Surabaya. Petra Christian University. Surabaya.

Lukito, Y. N. 2018. Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional Melalui Pendekatan Desain dan Interaksi Pengguna Ruang. Grup Penerbitan CV Budi Utama. Yogayakarta.

Malelak, S. L. Olviana, T. dan Nainiti, S. P. N. 2019. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kasig Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja Kota Kupang. Jurnal Agribisnis. 8(2) : 157-165.

Ma'ruf, H. 2005. Pemasaran Ritel. Gramedia. Jakarta.

Marrus. 2002. Desain Penelitian Manajemen Strategi. Rajawali Press. Jakarta.

Narbuko, C dan Achmadi, A. 2018. Metodologi Penelitian. PT Bumi Aksara. Jakarta.

Nazir, M. 2009. Metode Penelitian. Ghalia Indonesia. Bogor.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Noor, J. 2017. Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah. Kencana. Jakarta.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional.

Pertiwi, L. 2016. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar (Kasus Pasar Syariah Desa Tanah Datar). Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau. PekanBaru.

Rahardja, P dan Manurung, M. 2008. Pengantar Ilmu Ekonomi (Mikroekonomi dan Makroekonomi) Edisi ketiga. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

Rangkuti, F. 2019. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Safitri, R. A. 2016. Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Mauk di Kecamatan Mauk Kabupaten Tanggerang. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Banten.

Sihombing, I. K dan Dewi, I. S. 2019. Pemasaran dan Manajemen Pasar: Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan Konsumen. Grup Penerbitan CV Budi Utama. Yogyakarta.

Singarimbun, M dan Effendi, S. 2008. Metode Penelitian Survei. Pustaka LP3ES Indonesia. Jakarta.

Superti, I. 2017. Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Persperktif Ekonomi Islam. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. UIN Raden Intan Lampung. Bandar Lampung.

Sudrajat, A. R. Sumaryana, A. Buchari, Rd. A. dan Tahjan. 2018. Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang. Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA. 6(1) : 53-67.

Susanti, D. Dwi, P. D. dan Sri, A. 2014.Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Keseiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur. Jurnal Manajemen Agribisnis. 2(1) : 11-21.

Stanton, W. J. 1993. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.

Wahyudi, R. 2019. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang. Jurnal Pengembangan Wiraswasta. 21(1) : 37-52.

Widyasari, F. A dan Yuniningsih, T. 2016. Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional “Bangsri” di Dinas Koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Jepara. Jurnal Administrasi Publik, 5(2) : 1-12.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Wijanarko, P. 2019. Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kutukan Dalam Upaya Meningkatkan Minat Pengunjung di Kabupaten Blitar. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. IAIN Tulungagung. Tulungagung.

Yopiannor, F. Z. 2017. Strategi Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional (Kasus Revitalisasi Pasar Tradisional di Kota Banjarmasin). Jurnal Ilmiah Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi. 3(1) : 85-90.

Yulita dan Gunawan, C. I. 2019. Model Strategi Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pasar Tradisional Untuk Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi. 7(1) : 37-45.

Yusuf, A. M. 2019. Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Prenadamedia Group. Jakarta.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :