

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pasar Sabho Karya Alam

1. Profil Pasar Sabho Karya Alam

Pasar Sabho Karya Alam merupakan pasar tradisional yang terletak di Jalan Poros Pasarwajo - Baubau, Kelurahan Saragi, Kecamatan Pasarwajo, Kabupaten Buton, Provinsi Sulawesi Tenggara, pasar sabho karya alam mulai di gagas pada tanggal 1 juni 2001 oleh para penggagas yaitu Bapak H. La Naba Kasim, Bapak Jaludin S.Pd, Bapak La Raihi dan Bapak La Nari. Pasar Tradisional Sabho Karya Alam menyajikan beragam kebutuhan sehari-hari seperti pakaian dan makanan.

Pembangunan pasar sabho karya alam dimulai pada tanggal 15 juni 2002, ditandai dengan peletakan batu pertama oleh Bapak Ir. H. La Ode Muhammad Syafei Kahar yang menjabat sebagai Bupati Buton pada saat itu dan diresmikan pada tanggal 26 desember 2004, oleh Bapak Gubernur Sulawesi Tenggara, Ali mazi, S.H. Pasar Sabho Karya Alam mempunyai 1 (satu) kantor PT. Sabho Lestari sebagai kantor pengelola, mempunyai jumlah kios/toko sebanyak 301 petak, lapak sayur sebanyak 302 lapak, lapak ikan sebanyak 140 petak, lapak kue sebanyak 20 lapak, warung makan (kantin) sebanyak 9 petak, Wc umum sebanyak 6 petak dan 1 (satu) ruangan mushola.

Luas area pasar sabho karya alam yaitu $110 \text{ m} \times 110 \text{ m} = 12.100 \text{ m}^2$. Fasilitas yang ada di pasar sabho karya alam yaitu Musholla, kantor pengelola pasar, toilet umum 6 petak, terminal pasar dengan luas $30 \text{ m} \times 110 \text{ m} = 3.300 \text{ m}^2$, pasar sabho karya alam terus berbenah, dibawah pengelolaan oleh PT. SABHO LESTARI.

Pasar ini disebut sebagai pasar konvensional karena proses transaksinya melibatkan sistem tawar-menawar antara penjual dan pembeli. Sistem tawar-menawar semacam ini lebih menitikberatkan pada interaksi dan hubungan emosional antara penjual dan pembeli. Hal ini tidak ditemukan saat berbelanja di pasar modern seperti swalayan atau minimarket.

2. Visi Dan Misi Pasar sabho karya alam

1) Visi

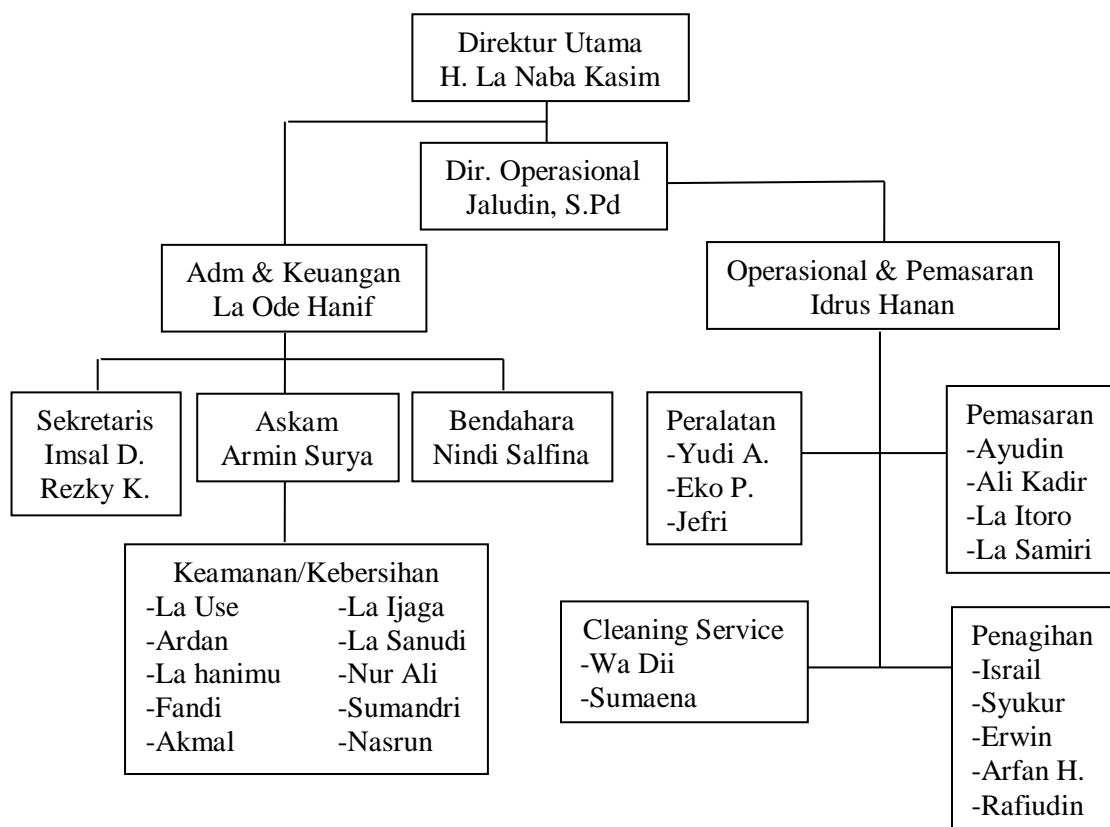
“Membangun ekonomi kerakyatan secara umum”

2) Misi

1. Menciptakan lapangan kerja
2. Membuka peluang usaha baru bagi masyarakat Kab.Buton.

3. Struktur Organisasi Pasar sabho karya alam

Struktur organisasi merupakan suatu kerangka yang menampilkan seluruh tugas yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi, serta menjelaskan hubungan antara fungsi dan tanggung jawab setiap anggota organisasi terhadap setiap pekerjaan. Adapun susunan kepengurusan pasar sabho karya alam adalah sebagai berikut :



Sumber : Struktur Organisasi Pasar Sabho Karya Alam.

Gambar 3. Struktur Organisasi

B. Hasil Penelitian

- A. Berdasarkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian, selanjutnya peneliti akan melakukan Analisis data langkah pertama yaitu dengan membuat tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*). Di dalam tabel tersebut terdapat faktor-faktor *internal* maupun *eksternal* yang akan diberi pembobotan dan penilaian (rating) untuk mengetahui besar skor yang akan dijadikan sebagai strategi. Berikut hasil perhitungan analisis IFAS, EFAS, SWOT:

a. Tabel matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Tabel 7. Matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenght</i>)			
1. Komunikasi yang baik kepada pedagang.	0,4	4	1,6
2. Lokasi Pasar Sabho Karya Alam yang strategis.	0,3	4	1,2
3. Pelayanan yang ramah.	0,2	4	0,8
4. Kebersihan dan Kemanan lingkungan pasar.	0,1	3,6	0,36
Total	1		3,96
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>) :			
1. Strategi dan program kerja Pasar Sabho yang belum maksimal.	0,4	3,09	1,23
2. Kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia.	0,1	3	0,3
3. Belum terselenggara pinjaman dana bagi pelaku usaha.	0,3	3,43	1,02
4. Sistem tata kelola pedagang pasar belum optimal.	0,2	3,23	0,6
Total	1		3,15

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel *Internal* kekuatan (*Strengths*) Pasar Sabho Karya Alam mendapat skor total 3,96 dan skor total kelemahan (*Weaknesses*) 3,15 yang berarti faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan.

- b. Tabel matriks EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*).

Tabel 8. Matriks EFAS (*Eksternal Factors Strategic Factors Analysis Summary*)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>) :			
1. Daya beli konsumen yang tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang pasar.	0,4	3,84	1,53
2. Bantuan Pemerintah terhadap pasar.	0,1	2,66	0,26
3. Kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar.	0,3	3,68	1,1
4. Tingginya minat untuk berdagang.	0,2	3,4	0,6
Total	1		3,49
Ancaman (<i>Threats</i>) :			
1. Kemunculan Pasar modern.	0,4	2,91	1,16
2. Maraknya pedagang keliling.	0,1	2,56	0,25
3. Pergeseran budaya dan perilaku ekonomi.	0,2	2,59	0,51
4. Kenaikan harga komoditas	0,3	2,9	0,87
Total	1		2,8

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui variabel *eksternal* peluang (*Opportunities*) Pasar Sabho Karya Alam memiliki skor total 3,49 dan ancaman (*Threats*) memiliki skor total 2,8 yang berarti faktor peluang lebih besar dibandingkan dengan faktor ancaman.

Setelah pembuatan matriks IFAS dan EFAS, peneliti selanjutnya akan membuat Matriks SWOT:

c. Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).**Tabel 9. Matriks SWOT**

EFAS / IFAS	KEKUATAN (S) 1. Komunikasi baik kepada pedagang. 2. Lokasi Pasar Sabho yang strategis. 3. Pelayanan yang ramah. 4. Kebersihan dan keamanan lingkungan pasar.	KELEMAHAN (W) 1. Strategi dan program kerja Pasar Sabho yang belum maksimal. 2. kualitas dan kuantitas SDM. 3. Belum terselenggara pinjaman dana bagi pelaku usaha. 4. Sistem tata kelola pedagang berdasarkan jenis dagangannya
PELUANG (O) 1. Daya beli konsumen yang tinggi sehingga dapat meningkatkan pendapatan pedagang pasar. 2. Bantuan Pemerintah terhadap Pasar. 3. Kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar. 4. tingginya minat untuk berdagang.	STRATEGI SO 1. Manfaatkan komunikasi yang efektif dengan pedagang untuk memanfaatkan daya beli konsumen yang tinggi. 2. Optimalkan lokasi pasar sabho karya alam yang strategis dengan memanfaatkan minat untuk berdagang. 3. Meningkatkan pelayanan yang ramah dengan memanfaatkan kebiasaan berbelanja dengan system tawar menawar. 4. Memanfaatkan riset konsumen untuk merespon keluhan dan memanfaatkan bantuan pemerintah terhadap pasar.	STRATEGI WO 1. Optimalkan strategi pasar sabho karya alam untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan. 2. Meningkatkan manajemen kebersihan, kemandirian dan ketertiban di pasar sabho untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan aman bagi konsumen. 3. Meningkatkan kelengkapan fasilitas di pasar sabho karya alam untuk meningkatkan kenyamanan dan mendukung aktivitas pedagang. 4. Penyelarasan sistem tata kelola pedagang.
ANCAMAN (T) 1. Kemunculan pasar modern	STRATEGI ST 1. Meningkatkan upaya riset konsumen dan respon	STRATEGI WT 1. Meningkatkan strategi pemasaran dan program

<p>2.maraknya pedagang keliling. 3.Pergeseran budaya dan perilaku ekonomi 4. Kenaikan biaya komoditas dapat menyebabkan pedagang juga akan menaikkan harga jualnya.</p>	<p>terhadap keluhan untuk terus meningkatkan kualitas layanan. 2. Antisipasi dan respon cepat terhadap kemunculan pedang baru. 3. Pertahankan daya saing terhadap pasar pesaing yang ada. 4. Mencari alternative pasokan atau efisiensi produksi untuk mengatasi peningkatan harga komoditas.</p>	<p>kerja pasar untuk meningkatkan daya tarik dan partisipasi pedagang. 2. Mengoptimalkan penggunaan fasilitas pasar dengan pemeliharaan yang teratur. 3. Memastikan pelayanan yang konsisten dan adil kepada semua pedagang. 4. Memantau dan menyesuaikan harga jual secara bijaksana untuk menjaga daya beli masyarakat.</p>
---	---	---

Dari tabel diatas dapat diketahui berbagai macam strategi yang dihasilkan, mulai dari strategi SO, WO, ST, dan WT. Kemudian menciptakan strategi yang dilakukan dengan cara menggabungkan antara faktor IFAS dan EFAS. Dari tabel IFAS dan EFAS yang telah dipaparkan diatas, maka dapat dilihat bahwa posisi pasar Sabho Karya Alam sebagai berikut:

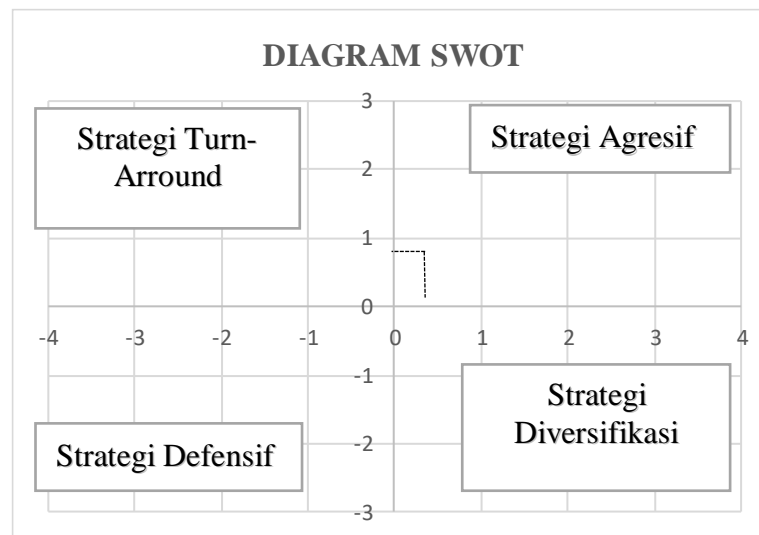
Tabel 10. Posisi Pasar Sabho Karya Alam

IFAS	S-W	3,96 – 3,15	0,81
EFAS	O-T	3,49 – 2,8	0,69
Total			1,5

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis faktor IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) lebih besar yaitu 0,81. Sedangkan analisis faktor EFAS (*Eksternal Strategic Factors*

AnalysisSummary) adalah 0,69. Jika diungkapkan dalam bentuk diagram analisis SWOT akan terlihat sebagai berikut :

Gambar 4. Diagram SWOT



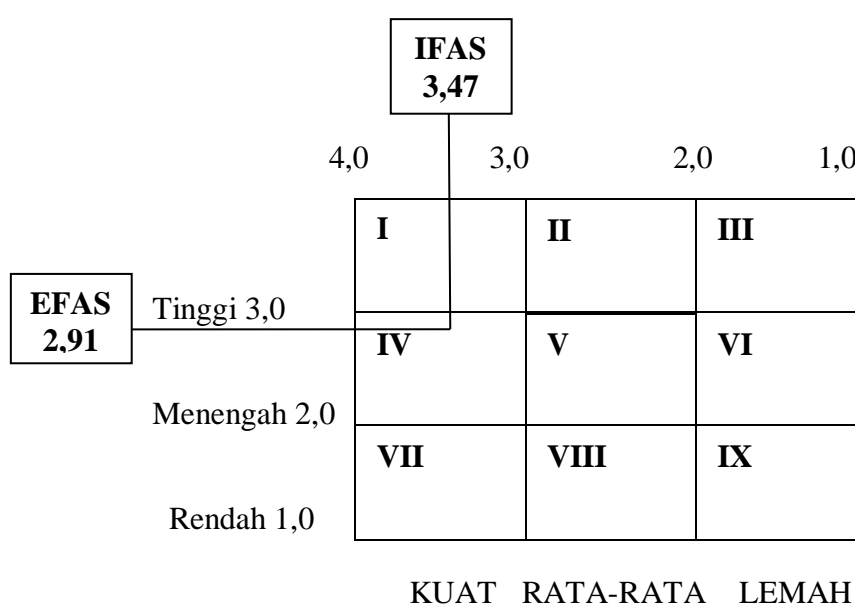
Berdasarkan diagram diatas dapat disimpulkan bahwa posisi Pasar Sabho Karya Alam berada pada kuadran I dengan menerapkan strategi agresif. Hal ini sesuai dengan pendapat Freddy Rangkuti dalam bukunya yang berjudul Analisis SWOT. Teknik pembedah Kasus Bisnis menyatakan bahwa kuadran I merupakan situasi yang sangat menguntungkan yang dimana Pasar Sabho Karya Alam memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan terus menerus untuk mengembangkan dan meningkatkan pengelolaan pasar Sabho Karya Alam.

d. Matriks IE (*Internal Eksternal*)

Matriks IE digunakan untuk merumuskan strategi umum Pasar Sabho Karya Alam, dengan fokus pada posisi dan arah perkembangan pasar tersebut dalam meningkatkan pendapatan dan menjaga

keberlanjutan usaha para pedagang. Pemetaan posisi Pasar Sabho Karya Alam sangat penting untuk pemilihan alternative strategi. Matriks IE menggunakan input dan dimensi yaitu total skor faktor internal dan total skor faktor *eksternal*.

Gambar 5. Matriks IE (*Internal Eksternal*)



Berdasarkan hasil analisis faktor strategis internal dan analisis faktor strategis *eksternal* diperoleh nilai total skor faktor lingkungan *internal* sebesar 3,47 yaitu di atas nilai rata-rata 2,5 yang berarti posisi internalnya kuat. Sedangkan nilai total skor faktor *eksternal* sebesar 2,91 yang berarti perusahaan merespon dengan baik kondisi *eksternal* baik peluang maupun ancaman.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan yaitu pedagang Pasar Sabho Karya Alam. Jumlah populasi pedagang pasar Sabho Karya Alam berjumlah 213 pedagang yang diambil 10 % dari total pedagang sehingga sampel pada penelitian ini menjadi 68 pedagang. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Direktur Operasional Pasar Bapak Jaludin yang mengatakan bahwa:

“Untuk jumlah pedagang saat ini, sesuai data kami berjumlah 213 pedagang dan itu terbagi menjadi 93 pedagang yang berapa di lapak dan untuk pedagang yang berjualan di kios atau toko ada 120 pedagang dengan jenis dagangan yang berbeda”

Sampel pada penelitian ini mempunyai berbagai karakteristik.

Berikut tabel karakteristik responden penelitian:

Tabel 11. Karakteristik sampel penelitian

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Barang dagangan
1.	Rara	43	Perempuan	Pakaian
2.	Bunga	47	Perempuan	Sayuran
3.	Sarla	50	Perempuan	Sembako
4.	Burhan	42	Laki-laki	Pakaian
5.	H. La Indoro	51	Laki-laki	Campuran
6.	Wa Marni	40	Perempuan	Sayuran
7.	La Suri	38	Laki-laki	Sendal dan sepatu
8.	Idul	32	Laki-laki	Obat-obattan
9.	Nalwiah	50	Perempuan	Kosmetik
10.	Muslimin	52	Laki-laki	Sembako
11.	Latif	30	Laki-laki	Sepatu
12.	H. Yunus	53	Laki-laki	Perhiasan
13.	La Jipu	33	Laki-laki	Ayam
14.	Arman	47	Laki-laki	Sembako
15.	La Maryono	54	Laki-laki	Beras
16.	Nurdin	43	Laki-laki	Tukang cukur
17.	La Taini	57	Laki-laki	Hasil bumi
18.	La Juji	36	Laki-laki	Bahan bangunan

19.	Yadi	45	Laki-laki	Pakaian jadi
20.	Sarkia	43	Perempuan	Pakaian muslim
21.	Kardin	51	Laki-laki	Campuran
22.	La Sudi	39	Laki-laki	ATK
23.	La Firlan	42	Laki-laki	Sendal dan Sepatu
24.	La Haria	41	Laki-laki	Pakaian Jadi
25.	La Djoto	53	Laki-laki	Servis Jam
26.	Parmin	51	Laki-laki	Sepatu
27.	Qoriansyah	47	Laki-laki	Penjual gorengan
28.	La Biru	39	Laki-laki	Sembako
29.	Wa Santi	33	Perempuan	Buah-buahan
30.	La Iwara	45	Laki-laki	Penjahit
31.	Saleh	42	Laki-laki	Hasil Bumi
32.	La Alihu	56	Laki-laki	Ikan
33.	La Dihamu	55	Laki-laki	Ikan
34.	La Nari	53	Laki-laki	Plastik
35.	Samadja	49	Perempuan	Ikan
36.	Selfi	44	Perempuan	Kosmetik
37.	Setiana	35	Perempuan	Hijab
38.	Wa Zainah	55	Perempuan	Campuran
39.	Salma	37	Perempuan	Servis Hp
40.	Nardin	46	Laki-laki	Penata Rambut
41.	Rayman	41	Laki-laki	Pakaian
42.	Udin Baua	61	Laki-laki	Bahan material
43.	H. La Tenga	60	Laki-laki	Perhiasan
44.	Yudi Ahmad	53	Laki-laki	Bahan Bangunan
45.	Irwan	47	Laki-laki	Servis Jam
46.	H. La Ndatu	56	Laki-laki	Campuran
47.	Wa Mani	45	Perempuan	Warung Makan
48.	La Puna	61	Laki-laki	Pecah Belah
49.	La Hiji	55	Laki-laki	Alat Rumah Tangga
50.	Susi	47	Perempuan	Warung Makan
51.	La Tambuasa	63	Laki-laki	Sembako
52.	Hariani	55	Perempuan	Pakaian dan sepatu
53.	Hanif	57	Perempuan	Pecah belah
54.	La Halika	60	Laki-laki	Alat Rumah Tangga
55.	La Ando	57	Laki-laki	Pakaian jadi
56.	Wa Angu	43	Perempuan	Kue dan roti
57.	Wa Sambuni	54	Perempuan	Kain Tenun
58.	Sumarnia	51	Perempuan	Sayur Masak
59.	Wa Sarimuna	40	Perempuan	Sayur-Sayuran
60.	Wa Hawa	40	Perempuan	Hasil Pertanian
61.	La Lui	43	Laki-laki	Tas
62.	Wa Alina	50	Perempuan	Pakaian RB

63.	Wa Emi	49	Perempuan	Pakaian RB
64.	Suriani	50	Perempuan	Sayur-Sayuran
65.	Wa Lade	52	Perempuan	Pisang
66.	Nining	58	Perempuan	Kue dan Roti
67.	La Hamate	60	Laki-laki	Buah-Buahan
68.	Asmanto	36	Laki-laki	Buah-buahan

B. Dalam melakukan penelitian ini indikator yang digunakan adalah menggunakan analisis SWOT (*Strenght-Weaknesses-Opportunities-Threats*), dimana dalam kasus penelitian ini pertama dimulai dengan kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*).

1. Faktor-faktor Kekuatan (*Strenghts*) merupakan sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam organisasi itu sendiri. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dari hasil wawancara serta kuesioner, kekuatan yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam adalah:

a. Komunikasi yang baik kepada pedagang.

Kekuatan pertama yang menjadi salah satu kekuatan di Pasar Sabho Karya Alam adalah Komunikasi yang baik kepada pedagang. Pernyataan ini disampaikan oleh Direktur Operasional Pasar Sabho Karya Alam, Bapak Jaludin:

“Kami sudah sangat baik dalam berkomunikasi dengan para karyawan dan pedagang pasar, komunikasi yang berlangsung di Pasar Sabho lebih banyak bersifat personal dan kolektif melalui forum rapat bersama dengan para karyawan pasar dan pedagang

yang biasanya dilakukan selama empat kali pertemuan dalam sebulan”

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan komunikasi yang berkualitas sangat penting untuk kemajuan suatu usaha. Jenis komunikasi ini memiliki ciri formalitas yang lebih tinggi, membahas aspek-aspek terkait operasional seperti koordinasi lokasi penjualan dengan para pedagang, evaluasi kinerja, dan perencanaan kegiatan.

b. Lokasi pasar sabho karya alam yang strategis.

Kekuatan yang kedua adalah Lokasi Pasar Sabho Karya Alam. Hal ini disampaikan oleh Bapak Jaludin selaku Direktur Operasional Pasar Sabho Karya Alam:

“Lokasi pasar sabho sangat strategis karena jalan ini sering digunakan oleh orang-orang yang hendak menuju ke berbagai tempat seperti terminal mobil yang menuju ke kota baubau, dan jika ingin keluar dari wilayah kecamatan pasarwajo, salah satu yang mempengaruhi banyaknya pedagang ataupun pembeli juga karena lokasi yang sangat mudah dijangkau jadi mereka tidak perlu jauh-jauh keluar jika ingin ke pasar”.

Dari Pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa Lokasi yang optimal adalah yang dapat dengan mudah diakses oleh konsumen. Pasar sabho karya alam berada persis di sisi Jalan Poros Pasarwajo-Baubau, Kelurahan Saragi, Kecamatan Pasarwajo,

Kabupaten Buton kondisi ini sangat menguntungkan bagi Pasar Sabho Karya Alam. Lokasi yang strategis sangat penting dalam menentukan berlangsungnya aktivitas sebuah pasar. Selain letaknya yang mudah dijangkau, lokasi yang strategis dapat membantu para konsumen yang ingin datang ke pasar. Apabila lokasi mudah dijangkau maka pasar akan selalu ramai dikunjungi dan aktivitas pasar semakin padat serta dapat menambah pendapatan dan keberlanjutan usaha pedagang.

c. Pelayanan yang ramah.

Kekuatan yang ketiga adalah pelayanan yang ramah, hal tersebut disampaikan oleh Ibu Nalwiah selaku pedagang Pasar Sabho Karya Alam menyatakan bahwa:

“Pelayanan di Pasar Sabho Karya Alam cukup baik, dengan keramahan yang ditunjukkan oleh pengelola, petugas keamanan, hingga petugas kebersihan”

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa memberikan pelayanan yang ramah merupakan salah satu aspek krusial dalam menjalankan sebuah usaha. Pelayanan yang efektif termasuk ke dalam aspek *process* dari kerangka strategi 7P. Aspek ini menekankan pada cara dan sistem bekerja, melibatkan sikap dan perilaku orang-orang yang terlibat dalam bisnis, terutama yang terkait dengan pelayanan kepada konsumen.

d. Kebersihan dan Keamanan lingkungan pasar.

Kekuatan yang keempat adalah Kebersihan dan keamanan pasar, kebersihan dan keamanan pasar merupakan salah satu faktor penting guna meningkatkan kenyamanan yang sangat diperhatikan oleh pengelola pasar, hal tersebut disampaikan oleh Bapak Jaludin selaku Direktur Operasional Pasar Sabho Karya Alam:

“Kalau untuk kebersihan dan kewanaman kita ada petugasnya masing-masing, untuk kebersihannya itu dilakukan setiap sore hari pada saat jam tutup pasar jadi kalau pagi lingkungan pasar sudah bersih, dan ada juga petugas keamanan yang bertugas pada saat pagi, siang dan malam hari”

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa kebersihan di Pasar Sabho Karya Alam sudah baik. Hal ini ditandai dengan pengelola menyediakan petugas kebersihan dan kewanaman yang bertugas membersihkan pasar dan menjaga keamanan pasar. Sehingga pasar tetap kelihatan bersih dan para konsumen dan pedagang menjadi nyaman.

2. Kelemahan (*Weaknesses*) merupakan suatu hal yang wajar ada dalam organisasi. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan wawancara serta kuesioner, kelemahan yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam, adalah:

a. Strategi dan program kerja pasar sabho karya alam.

Kelemahan pertama adalah Strategi dan program kerja pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan Direktur Operasional, Bapak Jaludin menyatakan bahwa:

“Kami masih berupaya untuk menjaga agar pasar tetap ramai dengan pedagang dan pengunjung yang berbelanja, dengan cara kami mengadakan pasar malam kepada para pedagang yang ingin menjual sampai malam hari. Hanya saja, saat ini banyak kios dan lapak yang tetap kosong, yang tidak digunakan oleh para pedagang, kebanyakan karena masalah biaya sewa tempat”.

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa hal tersebut disebabkan karena harga lapak dan toko yang tinggi serta kenaikan harga setiap tahunnya. Akibatnya, sebagian besar pedagang lebih memilih untuk berjualan di pinggir jalan tanpa menggunakan lapak atau toko.

b. Kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia.

Kelemahan kedua yang ada di Pasar Sabho Karya Alam adalah Kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia masih belum memadai, hal tersebut disampaikan oleh Direktur Operasional Pasar, Bapak Jaludin menyatakan bahwa:

“Sumber daya manusianya masih kurang memadai, banyak pedagang dan konsumen disini masih kurang untuk memilah sampah, dan banyak juga pedagang yang sudah tua, ada juga yang

lulusan SD, jadi mungkin untuk manajemen bisnisnya masih kurang maksimal”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu kelemahan Pasar Sabho Karya Alam adalah sumber daya manusia, salah satu contohnya adalah tingkat kesadaran membuang sampah pada tempatnya masih rendah.

c. Belum terselenggara pinjaman dana bagi pelaku usaha

Kelemahan ketiga yang ada di Pasar Sabho Karya Alam adalah belum terselenggara pinjaman dana bagi pelaku usaha. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Jaludin selaku Direktur Operasional Pasar:

“Untuk dana pinjaman kita masih belum, biasanya untuk modal itu pedagang langsung ke Bank untuk meminjam dana, kalau untuk Pasar sendiri belum terselenggara dana pinjaman untuk pedagang, kami hanya berupaya melakukan pelayanan yang bagus bagi para pedagang pasar”

Hal serupa juga disampaikan oleh Ibu Rara selaku pedagang Pasar Sabho Karya Alam:

“kalau disini belum ada pinjaman-pinjaman seperti itu, pedagang disini kalau mau pinjam kami langsung ke bank saja”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Pasar Sabho Karya Alam belum terselenggara pinjaman dana bagi para pelaku usaha.

d. Sistem tata kelola Pedagang di Pasar Sabho Karya Alam.

Kelemahan keempat yang ada di Pasar Sabho Karya Alam adalah Sistem tata kelola pedagang pasar masih kurang proporsional berdasarkan jenis barang dagangan. Hal tersebut disampaikan oleh Ibu Bunga selaku pedagang sayur di Pasar Sabho Karya Alam:

“Kalau penataan sudah lebih baik, tetapi sekarang dippinggir jalan banyak yang jualan mungkin karena di dalam pasar kadang pengap dan pedagang juga masih memikirkan biaya sewa tempat di dalam pasar”

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa masih banyak pedagang yang menjual di pinggir jalanan pasar karena biaya sewa tempat di dalam pasar. Tata letak pasar yang efisien tidak hanya memberikan kenyamanan kepada pengunjung pasar, tetapi juga mempermudah mereka dalam menemukan produk-produk yang dibutuhkan.

3. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan wawancara serta kuesioner, Peluang (Opportunities) yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam, adalah:

a. Daya beli konsumen yang tinggi.

Peluang pertama yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam adalah Daya Beli konsumen yang tinggi. Hal tersebut disampaikan oleh Direktur Operasional Pasar Sabho Karya Alam, Bapak Jaludin menyatakan bahwa:

“Saat ini banyak peluang yang berkembang, terutama dengan meningkatnya daya beli konsumen terhadap produk lokal dan keinginan untuk belanja dengan sistem tawar-menawar”

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa Ketika konsumen membeli dalam jumlah besar, kekuatan tawar menawar mereka menjadi faktor utama yang mempengaruhi tingkat persaingan di suatu industri. Secara keseluruhan, konsumen di Pasar Sabho Karya Alam memiliki daya beli yang relatif tinggi. Kekuatan tawar-menawar konsumen menjadi lebih dominan saat produk yang dibeli bersifat standar. Pengelola pasar melihat kekuatan tawar-menawar konsumen sebagai peluang untuk mendorong peningkatan kualitas layanan di Pasar Sabho Karya Alam.

b. Bantuan pemerintah terhadap pasar sabho karya alam.

Peluang kedua yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam adalah Bantuan Pemerintah terhadap pasar. Kebijakan pemerintah memiliki dampak pada operasional Pasar Sabho Karya Alam, dan pemerintah mendukung revitalisasi pasar yang sudah ada. Hal tersebut disampaikan oleh Direktur Operasional Pasar Sabho Karya Alam:

“Saat ini bantuan pemerintah terhadap pasar dalam bentuk bantuan keuangan untuk meningkatkan fasilitas pasar seperti

memperbaiki infrastruktur rusak dan bantuan tempat pembuangan sampah”

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa bantuan Pemerintah dapat meningkatkan daya saing pasar, Pemerintah setempat memberikan fasilitas berupa tempat sampah dan *halte* kepada Pasar Sabho Karya Alam.

c. Kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar.

Peluang yang ketiga yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam adalah Kebiasaan berbelanja dengan system tawar menawar. Masyarakat terbiasa berbelanja di pasar tradisional sangat menikmati berbelanja dengan sistem tawar menawar. Hal ini disampaikan oleh Direktur Operasional Pasar Sabho Karya Alam, Bapak Jaludin:
“Salah satu peluang yang ada pada Pasar Sabho Karya Alam itu, adanya proses tawar menawar antara pembeli dan penjual, system tawar-menawar ini memiliki potensi yang besar karena dapat menciptakan interaksi antara penjual dan pembeli”

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa kebiasaan ini merupakan salah satu nilai tambah yang ditawarkan oleh Pasar Sabho Karya Alam, karena memberikan pengalaman dan kepuasan tersendiri ketika bertransaksi dengan pedagang.

d. Tingginya minat untuk berdagang.

Peluang keempat yang dimiliki oleh Pasar Sabho Karya Alam yaitu tingginya minat untuk berdagang, hal tersebut disampaikan oleh Bapak Jaludin selaku Direktur Operasional Pasar:

“Banyak sekali orang yang berminat untuk berdagang disini, saat ini saja kita ada hampir 200 lebih pedagang”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa Pasar Sabho Karya Alam memiliki peluang dengan adanya minat berdagang yang tinggi, sehingga banyak pedagang yang melakukan proses jual beli di Pasar Sabho Karya Alam.

4. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan wawancara dan kuesioner, Ancaman (*Threats*) yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam, adalah:

a. Maraknya Pasar Modern.

Ancaman pertama yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam adalah maraknya pasar modern, hal tersebut disampaikan oleh Bapak Jaludin, selaku Direktur Operasional Pasar Sabho Karya Alam:

“Tidak bisa dipungkiri saat ini dengan perkembangan teknologi yang canggih, orang-orang kadang suka berbelanja dengan system online, padahal kalau dari kualitas dan harga pasar tradisional juga lebih murah dan bagus”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pasar Sabho Karya Alam memiliki ancaman keberadaan pasar modern, yang menyebabkan orang-orang memilih berbelanja di pasar modern.

b. Maraknya Pedagang keliling.

Ancaman kedua yang dimiliki pasar Sabho Karya Alam adalah maraknya pedagang keliling, hal tersebut disampaikan oleh Bapak Jaludin selaku Direktur Operasional Pasar:

“Banyak pedagang keliling yang langsung berjualan di desa-desa, karena mereka itu ambil disini dan langsung dijual ke konsumen, dan mereka membawa semua barang termasuk sayur, pakaian, dan perlatan dapur”

Hal serupa disampaikan oleh Ibu Sarla selaku pedagang sembako di Pasar Sabho Karya Alam:

“Menjadi ancaman bagi kami, karena pembeli itu kan seharusnya mereka datang untuk berbelanja malah tidak jadi belanja karena sudah ada yang jualan keliling, jadi pembeli malas untuk ke pasar”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu ancaman bagi pasar Sabho Karya Alam adalah merebaknya penjual keliling, sehingga banyak pembeli yang jarang ke pasar karena mereka sudah beli di pedagang keliling seperti tukang sayur keliling.

b. Pergeseran budaya dan perilaku ekonomi.

Ancaman ketiga yang dimiliki pasar Sabho Karya Alam adalah Pergeseran budaya dan perilaku ekonomi, hal tersebut disampaikan oleh Bapak Jaludin selaku Direktur Operasional Pasar:

“itu juga salah satunya, kadang orang sekarang kan apa-apa sukanya belanja online, kalau belanja sukanya ditempat yang bagus, saat ini perilaku ekonomi sudah berbeda dengan yang dulu”

Hal serupa disampaikan oleh Bapak Burhan, selaku pedagang di pasar Sabho Karya Alam:

“Namanya juga perkembangan zaman banyak orang yang memilih belanja online, jadi mereka maunya tidak perlu lagi kemana-mana”

Dari pernyataan diatas salah satu ancaman bagi Pasar Sabho Karya Alam adalah pergeseran budaya dan perilaku ekonomi yang menyebabkan banyak para pembeli suka melakukan pembelian secara online.

c. Peningkatan harga komoditas

Ancaman keempat yang dimiliki Pasar Sabho Karya Alam dalam peningkatan harga komoditas, hal tersebut disampaikan oleh Direktur Operasional Pasar Bapak Jaludin:

“ini juga menjadi ancaman bagi pasar karena dengan meningkatnya harga komoditas dapat mempengaruhi daya beli

konsumen, dapat mengakibatkan penurunan volume penjualan dan menekan margin keuntungan para pedagang”

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa salah satu ancaman yang ada di Pasar Sabho Karya Alam adalah peningkatan harga komoditas yang dapat menurunkan daya beli konsumen dan dapat merugikan pedagang.

C. Merujuk dari hasil penelitian menggunakan analisis SWOT, wawancara serta kuesioner. Peningkatan pendapatan adalah proses, perbuatan atau cara meningkatkan usaha dan sebagainya. Peneliti memperoleh data bahwa dampak adanya strategi pengembangan pasar sangat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan terutama pedagang Pasar Sabho Karya Alam.

Jenis usaha Pedagang di Pasar Sabho Karya Alam menjual berbagai kebutuhan pokok seperti toko sembako, pakaian jadi, rempah-rempah, perlengkapan bayi, toko obat, toko sandal, toko sepatu, perabot, tukang cukur, makanan ringan, warung makan, dan lainnya. Pedagang di pasar Sabho Karya Alam memiliki pendapatan yang berbeda-beda sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan. Pendapatan merupakan pemasukan yang didapatkan pedagang karena hasil jerih payahnya.

Pendapatan pedagang sering kali tidak selalu sama setiap harinya sesuai dengan keadaan tertentu, contohnya pedagang pakaian, pedagang rempah-rempah, sembako, maupun pedagang sayur yang mengalami peningkatan penjualan apabila hari besar (Hari Raya, Tahun baru, dan

Pesta kampung) sehingga berdampak pada meningkatnya pendapatan pedagang tersebut. Pendapatan bersih pedagang di Pasar Sabho Karya Alam rata-rata berkisar Rp. 5.000.000 s.d Rp.20.000.000 perbulannya. Hal ini disampaikan oleh Bapak H. La Indoro, selaku pedagang campuran: *“Pendapataanncu tergantung sisialo tamenentu, Hadeike biasano ane rato koisu rore’a pandapata a’alo biasano indau pitabu lima hacu me picuhacu riwu, ja’adi a’awulano sakitara roapulu juta”*

Jika diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia artinya adalah: *“Pendapataan itu tergantung hari-hari tertentu, tapi biasanya kalau sudah dekat lebaran pendapatan perhari bisa saya dapat Rp.500.000–Rp.700.000, jadi kalau dihitung perbulan sekitar Rp.20.000.000”*

Hal serupa juga dikatakan ibu Wa marni selaku pedagang sayur: *“pendapatan saya untuk hari-hari biasa bisa saya dapat Rp.300.000 s.d Rp.450.000 jadi kalau perbulan sekitar Rp.10.000.000, tapi kalau dekatmi hari-hari besar seperti lebaran atau pesta kampung, allhamdulillah per harinya bisa diatas itu”*

Dalam menjalankan usahanya, sebagian besar pedagang Pasar Sabho Karya Alam menggunakan tempat usaha seperti ruko maupun lapak-lapak kecil lainnya yang disewa dan dibayar pedagang dengan nominal harga sewa untuk lapak 5-10 juta pertahun. Namun, beberapa pedagang lainnya juga memiliki tempat usaha milik sendiri yang sekaligus digunakan sebagai tempat tinggal mereka.

D. Strategi untuk meningkatkan pendapatan usaha pedagang yang ada di Pasar Sabho Karya Alam dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Para pedagang yang ada di Pasar Sabho Karya Alam memiliki barang yang berkualitas dan ini hal yang harus dijaga dan dipertahankan untuk mempengaruhi daya beli konsumen. Selain itu barang yang disediakan cukup beragam untuk memenuhi keinginan konsumen dan dari letak lokasi juga memiliki tempat yang mudah dikunjungi dan juga tidak sepi pembeli.

Strategi yang kemudian dapat di implementasikan yaitu dengan tetap mempertahankan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Karena apabila pedagang tetap menyediakan barang yang berkualitas dan menjaga harga yang terjangkau tentu hal ini akan menarik daya beli konsumen dan menguntungkan bagi para pedagang tersebut untuk memutar keuntungan menjadi modal usaha tambahan dan dapat meningkatkan pendapatan usaha.

Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan keberlangsungan usaha pedagang di Pasar Sabho Karya Alam tidak terlepas dari kekurangan yang dimiliki oleh pedagang tersebut. Keberlanjutan usaha bisa diartikan sebagai usaha yang dijalankan akan terus bergerak dan berkembang dalam jangka Panjang. Faktor pendukung keberlanjutan usaha pedagang yaitu Permodalan, SDM (Sumber Daya Manusia) dan pemasaran.

Di pasar Sabho Karya Alam masih banyak sumber daya manusia yang kurang produktif dan kurang memiliki skil dalam menjalankan

usahanya serta masih belum mengerti tentang pelayanan yang berkualitas apalagi sekarang teknologi sudah sangat canggih pembayaran apa saja bisa lewat handphone, hanya saja masih banyak para pedagang di Pasar Sabho Karya Alam yang belum bisa memanfaatkan hal tersebut. Terlepas dari kekurangan tersebut strategi yang bisa diterapkan untuk meningkatkan keberlangsungan usaha pedagang di Pasar Sabho Karya Alam yaitu dengan inovasi dan kreativitas pelaku usaha serta perlu adanya peningkatan sumber daya manusia di Pasar Sabho Karya Alam melalui bimbingan dan pelatihan oleh Stakeholder yaitu dapat berupa pemerintah, pengusaha, dan akademisi ekonomi untuk meningkatkan keberlangsungan usaha pedagang di Pasar Sabho Karya Alam. Strategi lainnya yang dapat dilakukan ialah meningkatkan jiwa entrepreneurship terhadap usaha yang di fokuskan untuk meningkatkan kinerja pelaku usaha, baik itu dari segi pelayanan yang berkualitas, maupun dari segi konsistensinya dalam menjalankan usahanya. Serta dapat kolaborasi dengan pihak lain seperti produsen lokal atau Lembaga keuangan untuk memperoleh modal usaha.

C. Pembahasan

- A. Strategi peningkatan pendapatan dapat secara langsung berkontribusi pada keberlanjutan usaha pedagang. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan Analisis SWOT. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan pendapatan pedagang dan keberlanjutan usaha, seperti:

1. Kemampuan Pedagang.

Sifat dan kemampuan yang harus dimiliki seorang pedagang untuk memperoleh banyak pelanggan dan mendapatkan keuntungan. Setiap wilayah memiliki kondisi dan potensi yang berbeda-beda. Secara empiris dapat diamati bahwa pusat-pusat pengadaan dan pelayanan barang dan jasa yang umumnya adalah perkotaan (central place), terdapat tingkat penyediaan pelayanan yang berbeda-beda.

Peneliti memperoleh data bahwa kemampuan para pedagang yang terjadi di Pasar Sabho Karya Alam dengan memberikan pelayanan yang baik, ramah dan murah senyum kepada pelanggan atau pembeli untuk menarik minat beli para konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian jika dikaitkan dengan Analisis SWOT hal ini dapat menjadi salah satu kekuatan yang dapat mempengaruhi peningkatan pendapatan.

2. Kondisi pasar.

Setiap wilayah memiliki kondisi dan potensi yang berbeda-beda. Dalam dunia nyata, kondisi dan potensi suatu wilayah pun berbeda-beda. Peneliti memperoleh data bahwa kondisi lingkungan Pasar Sabho Karya Alam dapat dilihat dari lokasi pasar yang strategis, bangunan dan fasilitas yang disediakan seperti tersedianya wc, mushollah, tempat sampah serta manajemen pengelolaan kebersihan, keamanan dan ketertiban.

Berdasarkan hasil penelitian jika dikaitkan dengan Analisis SWOT, kondisi pasar sangat berpengaruh dalam peningkatan pendapatan pedagang serta keberlanjutan usaha pedagang di Pasar Sabho Karya Alam.

3. Modal.

Sejalan dengan perkembangan teknologi, modal mempunyai arti yang lebih menonjol. Kekuatan modal yang tertumpu pada kekuatan sendiri akan lebih baik daripada modal yang berasal dari luar, karena modal dari luar tentu memiliki konsekuensinya.

Peneliti memperoleh data bahwa modal yang digunakan para pedagang di Pasar Sabho Karya Alam ini masih menggunakan modal sendiri, dan dengan bertambahnya penghasilan dapat menambah modal pedagang untuk berjualan kembali.

Berdasarkan hasil penelitian diatas jika dikaitkan dengan analisis SWOT, para pedagang menggunakan modal sendiri tanpa bantuan dari pihak Lembaga keuangan ternyata juga bisa meningkatkan pendapatan. Strategi untuk meningkatkan pendapatan usaha pedagang yang ada di Pasar Sabho Karya Alam dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki.

B. Berdasarkan tabel Analisis matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) menghasilkan empat Strategi yaitu Strategi SO, WO, ST, dan WT. Dari masing-masing strategi tersebut terdapat empat alternatif yang dapat diterapkan di Pasar Sabho Karya Alam

dalam meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha pedagang yaitu:

1. Strategi SO (Strenghts-Opportunities)

- a. Memanfaatkan komunikasi yang efektif dengan pedagang untuk memanfaatkan daya beli konsumen yang tinggi.

Memanfaatkan komunikasi yang efektif antara Pengelola Pasar Sabho Karya Alam dengan para pedagang adalah salah satu kunci untuk membangun kerjasama yang saling menguntungkan, menciptakan pemahaman bersama tentang kebutuhan pasar, dan memaksimalkan daya beli konsumen di pasar sabho karya alam. Pedagang dapat bersinergi untuk meningkatkan daya beli konsumen di pasar serta menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan bisnis dan kepuasan pelanggan. Pedagang dapat terlibat lebih aktif, dan pasar sabho karya alam dapat memanfaatkan daya beli konsumen yang tinggi dengan merancang strategi pemasaran yang lebih terarah. Seperti mengidentifikasi target konsumen yang cenderung tertarik dengan produk pasar sabho karya alam, contohnya produk organik, kerajinan tangan, atau produk lokal. Dengan begitu pendapatan pedagang akan meningkat dan pedagang akan meneruskan keberlanjutan usahanya di pasar.

- b. Optimalkan lokasi pasar sabho karya alam yang strategis.

Pengoptimalan lokasi pasar sabho karya alam merupakan salah satu strategi yang dapat dimanfaatkan oleh pasar tersebut dalam

peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha karena berada persis ditengah kota dan menjadi jalan poros masyarakat yang hendak menuju ke berbagai tempat seperti terminal mobil yang ingin keluar dari wilayah Kecamatan Pasarwajo. Kondisi seperti ini sangat menguntungkan bagi Pasar Sabho Karya Alam khususnya kepada para pedagang, karena dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat, tidak hanya menggunakan kendaraan pribadi, namun masyarakat juga bisa menggunakan angkutan umum yang ada.

- c. Meningkatkan pelayanan yang ramah dengan memanfaatkan kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar-menawar.

Meningkatkan pelayanan yang ramah dengan memanfaatkan kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar-menawar bertujuan untuk melibatkan pendekatan yang lebih memperhatikan interaksi antara pedagang dan konsumen selama proses tawar-menawar, untuk meningkatkan pelayanan yang ramah para pedagang lokal biasanya menggunakan bahasa daerah (bahasa cia-cia dan wolio) untuk berdialog dengan konsumen atau pengunjung lokal pasar. Hal ini dilakukan agar komunikasi yang ada antara pedagang dan konsumen lebih intens. Kebiasaan berbelanja dengan sistem tawar menawar yang terjadi di Pasar Sabho Karya Alam melibatkan transparansi harga awal dan fleksibel untuk memberikan ruang antar para pedagang dengan para konsumen agar bisa bernegosiasi.

- d. Memanfaatkan riset konsumen untuk merespon keluhan dan memanfaatkan bantuan pemerintah.

Memanfaatkan riset konsumen untuk merespon keluhan dan memanfaatkan bantuan pemerintah melibatkan langkah-langkah yang fokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan masalah konsumen, serta berkoordinasi dengan inisiatif pemerintah. Pemerintah setempat memberikan fasilitas kepada Pasar Sabho Karya Alam seperti tempat sampah, *halte* (stasiun) tempat menunggu kendaraan umum dan musholla. Program kerja pemerintah saat ini sudah berjalan di Pasar Sabho Karya Alam. Pihak pemerintah setempat memastikan bahwa fasilitas yang diberikan dapat dirawat dan dijaga dengan baik oleh pihak pengelola pasar.

2. Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

- a. Mengoptimalkan strategi pasar sabho karya alam untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan.

Mengoptimalkan strategi pasar sabho karya alam untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan melibatkan serangkaian tindakan yang bertujuan untuk memperkuat citra pasar, meningkatkan visibilitas (memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik), dan menarik perhatian konsumen. Seperti menetapkan harga yang memadai dan kompetitif, sesuai dengan nilai tambah produk, melakukan analisis terhadap kinerja penjualan dan respon pelanggan untuk mengevaluasi strategi yang digunakan.

Strategi pasar sabho karya alam jika dioptimalkan dengan baik dapat meningkatkan daya tarik pasar, memperluas pangsa pasar, dan dapat meningkatkan volume penjualan pada produk yang ditawarkan. Misalnya dengan memanfaatkan produk yang paling kompetitif atau produk unggulan yang ada di pasar sabho karya alam yaitu produk hasil bumi yang menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat seperti sayur-sayuran segar, ikan segar, Ubi-ubian dan produk kerajinan tangan lokal.

Makanan khas yang paling banyak diminati masyarakat setempat salah satunya yaitu “Epu-epu” yang berbahan dasar dari tepung ketan kemudian diisi dengan kelapa parut dan dipadukan dengan gula merah, “kapusu-nosu” bahan utama makanan ini berupa jagung tua yang direbus dan dijadikan semacam bubur, selain itu juga ada “Soami, Kasoami atau sangkola” yang berbahan dasar singkong (ubi kayu) berbentuk kerucut berukuran kecil dan berwarna putih kekuningan yang diolah dengan uap panas makanan ini dijadikan sebagai makanan pengganti nasi masyarakat Buton.

- b. Meningkatkan manajemen kebersihan, keamanan dan ketertiban di pasar sabho untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan aman bagi pedagang dan konsumen.

Aspek kebersihan, keamanan, dan ketertiban di pasar sabho untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan aman bagi para pedagang dan konsumen yaitu dengan membagi tugas diantaranya:

1. Petugas Kebersihan, melakukan pembersihan secara rutin di area umum pasar, membersihkan dan merapikan tempat sampah disekitar area pasar. Dari segi kebersihan dalam hal ini pengelola pasar sabho harus menyiapkan fasilitas tempat sampah di setiap sudut pasar sabho karya alam untuk memudahkan para pedagang dan konsumen dalam membuang sampah.
 2. Petugas Keamanan, bertugas membantu dalam proses evakuasi dan pengamanan area pasar, mencegah tindakan kriminal seperti pencurian atau tindak kejahatan lainnya.
 3. Petugas ketertiban, melibatkan sejumlah tanggung jawab untuk menjaga kemandirian, ketertiban, dan kenyamanan di lingkungan pasar. Dalam hal ketertiban, petugas memberikan perhatian lebih terhadap aturan, termasuk melarang pedagang berjualan di area parkir kendaraan untuk memastikan konsumen atau pengunjung pasar yang membawa kendaraannya dapat dengan mudah menggunakan tempat parkir.
- c. Meningkatkan kelengkapan fasilitas di pasar sabho karya alam untuk meningkatkan kenyamanan dan mendukung aktivitas pedagang.

Meningkatkan kelengkapan fasilitas di pasar sabho karya alam bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan dan mendukung aktivitas pedagang dengan cara pengelola pasar sabho harus melakukan identifikasi area yang memerlukan perbaikan atau penambahan

fasilitas, menambah tempat sampah, mengorganisir dan meningkatkan fasilitas parkir untuk memastikan ketersediaan tempat parkir yang memadai dan tertata dengan baik, serta meningkatkan dan memelihara fasilitas toilet umum agar selalu bersih dan nyaman. Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut diharapkan kelengkapan fasilitas di pasar sabho karya alam dapat ditingkatkan secara signifikan agar dapat menciptakan lingkungan yang lebih kondusif untuk kelancaran aktivitas pedagang yang lebih nyaman bagi para konsumen.

d. Penyelarasan sistem tata kelola pedagang.

Penyelarasan sistem tata kelola pedagang mengacu pada upaya untuk menyelaraskan dan meningkatkan pengaturan, prosedur, dan kebijakan yang berlaku di pasar, dengan tujuan menciptakan lingkungan yang lebih efisien, adil, dan berdaya saing bagi pedagang. Dengan cara menetapkan standar untuk penempatan pedagang di area pasar, memperhatikan kriteria jenis barang dagangan, keberlanjutan, atau keunggulan produk dan menyelaraskan sistem tarif atau biaya sewa tempat pedagang sesuai jenis tempat dagangan untuk memastikan keadilan dan kejelasan dengan membagi tempat antara pedagang lapak basah dan lapak kering seperti pedagang ikan, pedagang sayur, pedagang kue, pedagang pakaian, dan elektronik. Melalui penyalarsan sistem tata kelola pedagang, pasar sabho karya

alam dapat beroperasi lebih efisien, memberikan keadilan bagi semua pedagang, dan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

3. Strategi ST (*Strenghts-Threats*)

- a. Meningkatkan upaya riset konsumen dan respon terhadap keluhan untuk terus meningkatkan kualitas layanan.

Meningkatkan upaya riset konsumen dan respon terhadap keluhan untuk adalah strategi yang bertujuan untuk terus meningkatkan kualitas layanan di pasar sabho karya alam dengan cara melakukan riset pasar yang menyeluruh untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan harapan konsumen terhadap produk yang ada dipasar, pengelola Pasar Sabho Karya Alam menyediakan mekanisme yang mudah diakses bagi konsumen untuk menyampaikan keluhan mereka melalui kotak saran atau saluran komunikasi lainnya seperti adanya spanduk di depan Pasar Sabho Karya Alam yang menerangkan kontak pengelola Pasar, agar memudahkan konsumen untuk mengetahui informasi mengenai biaya sewa atau jual beli lapak dan toko. Sehingga dapat terus meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat hubungan dengan para konsumen.

- b. Antisipasi dan respon cepat terhadap kemunculan pedagang baru.

Antisipasi dan respon cepat terhadap kemunculan pedagang baru adalah strategi proaktif yang bertujuan untuk menjaga daya saing antara pedagang di pasar sabho karya alam. Pedagang pasar melakukan identifikasi adanya potensi pesaing seperti adanya

pedagang baru, para pedagang harus memahami penetapan harga, kualitas produk, dan pelayanan yang ditawarkan oleh pesaing, untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan demikian pasar sabho karya alam dapat menjadi lebih responsif terhadap kemunculan pesaing baru antar pedagang, serta dapat menjaga keunggulan kompetitif, dan memastikan kelangsungan bisnis yang lebih baik antar pedagang.

- c. Mempertahankan daya saing terhadap kemunculan pasar pesaing yang ada.

Mempertahankan daya saing terhadap kemunculan pasar modern, pasar sabho karya alam perlu mengambil langkah strategis agar tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Pengelola pasar dan para pedagang tetap mempertahankan keunikan yang ada di pasar sabho karya alam, termasuk meningkatkan pelayanan yang ramah, berinteraksi secara langsung dengan para konsumen, adanya sistem tawar menawar yang tidak didapatkan di pasar modern saat ini, meningkatkan produk-produk lokal (kain tenun dan kerajinan tangan), menekankan nilai-nilai tradisional dan keaslian sebagai daya tarik khusus pasar, meningkatkan kualitas layanan seperti menjaga kebersihan, keamanan, dan kenyamanan di pasar sebagai prioritas serta menambah atau meningkatkan fasilitas pasar, seperti area parkir yang nyaman. Dengan mengimplementasikan strategi tersebut, Pasar

sabho karya alam dapat mempertahankan daya saingnya di tengah kemunculan pasar modern.

- d. Mencari alternatif pasokan untuk mengatasi peningkatan harga komoditas.

Mencari alternatif pasokan merupakan strategi yang dapat membantu pasar sabho karya alam dalam mengatasi peningkatan harga komoditas khususnya kepada para pedagang. Beberapa pedagang pasar membangun kemitraan dengan petani dan produsen lokal untuk mendukung produksi dalam skala besar dan melakukan pemantauan pasar secara teratur untuk mendeteksi perubahan harga atau tren pasokan. Sehingga akan meningkatkan efisiensi produksi, dan mengurangi dampak peningkatan harga komoditas, sehingga tetap dapat menawarkan produk dengan harga yang bersaing di pasar.

4. Strategi WT (Weaknesses-Threats)

- a. Meningkatkan strategi pemasaran dan program kerja pasar untuk meningkatkan daya tarik dan partisipasi pedagang.

Pasar sabho karya alam dapat mengimplementasikan strategi pemasaran dan program kerja pasar yang lebih efektif dengan cara mengidentifikasi kebutuhan pedagang untuk merancang strategi yang sesuai, pihak pengelola pasar menyempurnakan infrastruktur pasar yang sudah tidak layak digunakan untuk menciptakan lingkungan yang menarik dan nyaman bagi pedagang dan konsumen. Sehingga dapat

meningkatkan daya tarik, menciptakan lingkungan yang dinamis, dan mengundang kosnumen yang lebih banyak.

- b. Mengoptimalkan penggunaan fasilitas pasar dengan pemeliharaan yang teratur.

Mengoptimalkan penggunaan fasilitas pasar dengan pemeliharaan yang teratur adalah kunci untuk menciptakan lingkungan pasar yang efisien, nyaman, dan menarik bagi para pedagang dan pengunjung. Pihak pengelola Pasar Sabho harus meningkatkan pemeliharaan kebersihan, rutin membersihkan area pasar, termasuk tempat-tempat umum, toilet dan area makan, memeriksa dan memperbaiki fasilitas pasar secara berkala, memastikan setiap pedagang memiliki area yang memadai dan nyaman untuk berjualan, menempatkan tempat sampah yang memadai dan mudah di akses diseluruh pasar, dan menjaga kualitas serta kebersihan fasilitas khusus seperti mushola pasar. Dengan mengoptimalkan penggunaan fasilitas pasar melalui pemeliharaan yang teratur, pasar sabho karya alam dapat memastikan bahwa infrastruktur pasar berfungsi secara optimal.

- c. Memastikan pelayanan yang konsisten dan adil kepada semua pedagang.

Memastikan pelayanan yang konsisten dan adil kepada semua pedagang merupakan aspek penting dalam menjaga integritas pasar serta menciptakan lingkungan yang sehat dan berdaya saing.

Pengelola Pasar Sabho Karya Alam harus transparansi dalam mengambil kebijakan contohnya menyediakan informasi terbuka mengenai biaya sewa, peraturan operasional dan ketentuan lainnya, memastikan bahwa semua pedagang memiliki akses yang setara terhadap informasi tersebut, memastikan bahwa semua fasilitas pasar, seperti mushola, toilet, tempat duduk dan area umum, dirawat dan disediakan secara merata untuk semua pedagang dan konsumen pasar sabho karya alam, serta peyelarasan tarif dan biaya yang adil seperti biaya sewa tempat para pedagang. Sehingga pasar sabho karya alam dapat menciptakan lingkungan yang adil, transparan, dan merata bagi semua pedagang, meningkatkan kepercayaan, dan memperkuat integritas pasar secara keseluruhan.

- d. Memantau dan menyesuaikan harga jual secara bijaksana untuk menjaga daya beli masyarakat.

Memantau dan menyesuaikan harga jual secara bijaksana adalah strategi yang dapat dilakukan untuk menjaga daya beli masyarakat di pasar sabho karya alam dengan cara pihak pengelola pasar mengadakan rapat bersama dengan para pedagang pasar untuk melakukan pemantauan pasar dan menanyakan tren harga pasar yang terjadi saat ini untuk memahami perubahan dalam biaya produksi dan permintaan pasar, menerapkan harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan oleh produk yang ada di pasar, dan memastikan bahwa harga yang ditetapkan sesuai dengan daya beli target segment pasar.