

Upaya Revitalisasi Pasar Tradisional Melalui Pembenahan Faktor Internal Dan Eksternal Pasar Wage Di Nganjuk

Yucky Ginawanti
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi

Prasetya Tri Mahendra
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi

***Abstract :** The market Wage Nganjuk is a market that has potential is quite high because of its location, so that it becomes the choice of people to shop at the market. Competition with modern markets, dirty, uncomfortable, and minimal facilities is a weakness that is owned by the traditional market. The purpose of this research is to know the strategies of the market Wage Nganjuk in managing traditional market in Nganjuk Regency Surabaya. The methods used in this study is a qualitative approach using the method. This research uses the theory that is based on the factors that influence the strategy analysis (SWOT) according to the theory of Hunger. Those factors are Strengths, Industry, Opportunities, Threats. data collection Techniques used are interviews, observation. Data analysis techniques using interactive analysis techniques, Miles and Huberman. Research results show that the strategy of Market Wage Nganjuk is still not optimal. That is because the lack of supporting infrastructure means still and parking lot in overcoming bottlenecks, it is still the lack of facilities to accommodate the market traders selling in the street in the market, lack of socialization or guidance on a regular basis to the traders.*

Keywords: *Strategy, Management Of Traditional Markets, SWOT*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini pasar tradisional sudah mulai terdesak mundur, dapat dilihat dari semakin berkurangnya pengunjung pasar tradisional. Membanjirnya retail modern pada daerah-daerah di Indonesia seolah-olah tidak bisa dibendung, salah satunya terjadi pada Kabupaten Nganjuk. Kondisi ini tentu dapat menjadi ancaman bagi keberadaan pasar tradisional (Almasitoh, 2013).

Berdasarkan Peraturan presiden Republik Indonesia No. 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern. Pada bab 1 mengenai ketentuan umum pasal 1, ayat 2 menjelaskan bahwa pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerja sama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki / dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Jika pasar tradisional bisa dikelola dengan baik dan menarik, maka tidak perlu ada pertentangan antara pasar modern dan pasar tradisional. Keduanya berkembang dengan

nuansanya serta daya tariknya sendiri-sendiri. Tidak menutup kemungkinan bahwa golongan yang berpendapatan tinggi dan menengah ke atas akan tertarik untuk sesekali mengunjungi pasar tradisional untuk menikmati berbagai hal yang tidak tersedia di pasar modern.

Berdasarkan ulasan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Faktor internal dan faktor eksternal apakah yang berpengaruh terhadap pengembangan Pasar Wage Nganjuk ?
2. Bagaimana strategi alternatif lain untuk pengembangan Pasar Wage Nganjuk ?

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Revitalisasi

Revitalisasi adalah suatu proses atau cara dan perbuatan untuk menghidupkan kembali suatu hal yang sebelumnya terberdaya sehingga revitalisasi berarti menjadikan sesuatu atau perbuatan untuk menjadi vital, sedangkan kata vital mempunyai arti sangat penting atau sangat diperlukan sekali untuk kehidupan dan sebagainya (Rais, 2007).

Jadi, revitalisasi adalah upaya untuk memvitalkan kembali suatu kawasan atau bagian yang dulunya pernah vital/hidup, akan tetapi kemudian kemudian mengalami kemunduran. Selain itu revitalisasi adalah kegiatan memodifikasi suatu lingkungan untuk pemakaian baru.

Manajemen Strategi

Manajemen strategi terdiri atas dua kata yaitu manajemen dan strategi. Manajemen yang seperti kita ketahui merupakan sebuah seni dan ilmu dalam merencanakan, mengorganisasi, melaksanakan dan melakukan kontrol terhadap sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan atau pun organisasi. Sedangkan strategi adalah proses pendekatan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan dan pelaksanaan sebuah kegiatan dalam suatu waktu. Manajemen menurut Sikula dalam Hasibuan (2006).

Sedangkan menurut Wheelan dan Hunger dalam bukunya *Strategic Management and Bussiness Policy Massachuset* menyatakan manajemen strategis sebagai salah satu kesatuan rangkaian keputusan dan tindakan yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen strategis juga mencakup tentang mengenali lingkungan, membuat formulasi strategi, mengimplementasikan, dan juga melakukan pengendalian atau evaluasi.

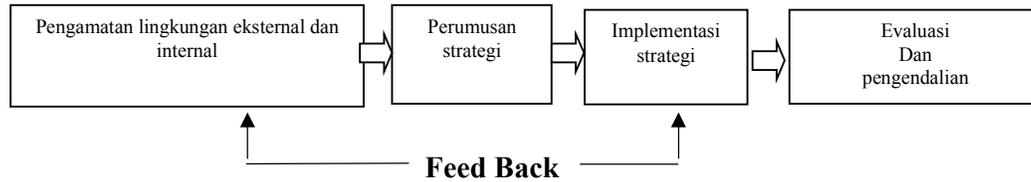
Metode Perumusan Strategi

Dalam perumusan strategi yang terpenting adalah bagaimana pemilihan suatu strategi dilakukan. Perumusan strategi antara lain dapat didasarkan atas hasil analisis swot (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Treats analysis*) sebagaimana dilakukan pada waktu mengadakan premises perencanaan yang lazimnya juga disebut situation audit dengan memanfaatkan kekuatan dan kesempatan yang tertangkap.

Proses Manajemen Strategi

Pada dasarnya di dalam suatu perusahaan untuk dapat mencapai suatu tujuan dan keberhasilan diperlukan suatu proses manajemen yang baik, adapun proses-proses dari

manajemen strategi terdiri dari sebagai berikut:



Sumber: Hunger dan Wheleen (2003:11)

Gambar 1
Model Proses Manajemen Strategi

Teknik Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari *Strenght-Weakness-opportunities-Threats* yang berarti Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman. Keempat kata tersebut berasal dari analisis internal (kekuatan dan kelemahan) serta analisis eksternal (peluang dan ancaman). Dari matrik tersebut, pembuat strategi dapat mengembangkan 4 strategi yang berasal dari 4 faktor dalam SWOT. Keempat strategi tersebut diantaranya :

1. Strategi S-O : strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan guna memanfaatkan peluang yang ada.
2. Strategi W-O : strategi ini dilakukan dengan mengatasi kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada.
3. Strategi S-T : strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan perusahaan dalam menghadapi ancaman dari luar.
4. Strategi W-T : strategi ini merupakan strategi untuk bertahan dari ancaman luar sekaligus mengatasi kelemahan yang dimiliki.

Tabel 1
Matriks SWOT

Faktor Internal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	Faktor Eksternal	1. 2.
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. 2.	1. 2.	1. 2.
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. 2.	1. 2.	1. 2.

Sumber : David (2011 : 186)

Definisi Pasar Tradisional

Pasar tradisional adalah pasar yang pelaksanaannya bersifat tradisional, kegiatan penjual dan pembeli, tempat terjadinya transaksi kesepakatan harga setelah melalui proses tawar menawar harga. Umumnya pasar tradisional menyediakan berbagai macam bahan pokok keperluan rumah tangga.

Pasar Tradisional adalah salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti bahan makanan, sumber energi, dan sumber daya lainnya. Pasar tradisional berperan pula sebagai penghubung antara desa dan kota (Wikipedia, 2017).

Permasalahan dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Kemajuan Pasar Tradisional

Hal-hal yang bermasalah pada pasar tradisional pada umumnya adalah:

1. Pasar tradisional merupakan infastruktur ekonomi daerah menjadi pusat kegiatan distribusi dan pemasaran. Keberadaannya kian menurun dengan berkembangnya pasar-pasar swasta modern khususnya diperkotaan. Serbuan pasar modern dengan dukungan kekuatan modal besar, sistem dan teknologi modern berhadapan langsung dengan pedagang pasar tradisional.
2. Image pasar tradisional terkesan becek, kotor, kurang nyaman, dan fasilitas minim seperti parkir, toilet, tidak ada tempat pengolahan sampah, dan fisik kurang terawat.
3. Pasar tradisional kurang mampu berkompetisi dengan perpasaran swasta.
4. Pasar tradisional lemah dalam manajemen dan kurang mengantisipasi perubahan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kemajuan pasar tradisional, yaitu:

1. Lingkungan sosial sekitar pasar mulai mengalami perubahan.
2. Perubahan gaya hidup konsumen perkotaan. Konsumen ingin mendapatkan pelayanan lebih tidak hanya sekedar membeli barang.
3. Perubahan masa (kompetisi) pada pasar tradisional yang tidak menjadi satu-satunya pusat perdagangan tempat berbelanja.
4. Globalisasi sudah disadari tetapi belum diantisipasi.
5. Tantangan selalu memberikan peluang semangat kompetisi dan upaya tetap maju.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai Upaya Revitalisasi Pasar Wage Nganjuk ini, merupakan penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui keadaan atau status tertentu dan berusaha menggambarkan fenomena sosial tertentu. Peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta tetapi tidak melakukan pengujian hipotesis.

Dengan digunakannya metode penelitian dengan pendekatan kualitatif, maka data yang didapat akan lebih lengkap, lebih mendalam, kredibel, dan bermakna sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Dengan fakta-fakta yang tidak tampak oleh indera akan sulit diungkapkan. Maka metode kualitatif, akan dapat diperoleh data yang lebih tuntas, pasti, sehingga memiliki kredibilitas yang tinggi.

Ruang Lingkup Penelitian :

1. Analisis Eksternal

Lingkungan eksternal terdiri dari variabel-variabel (peluang dan ancaman) yang berada diluar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam mengendalikan jangka pendek dari manajemen puncak. Lingkungan eksternal memiliki dua bagian yaitu lingkungan kerja dan lingkungan sosial.

2. Analisis Internal

Lingkungan internal terdiri dari variabel-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada didalam organisasi tetapi biasanya tidak didalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk suasana dimana pekerjaan dilakukan. Variabel itu meliputi: Struktur, Budaya dan sumber daya.

Jenis dan Sumber Data

1. Sumber Data Primer, sumber data primer dalam penelitian ini terdiri dari: wawancara dan Observasi
2. Sumber Data Sekunder, meliputi :studi dokumentasi dan studi kepustakaan

Variabel dalam penelitian ini adalah SWOT, merupakan singkatan dari *Strength-Weakness-opportunities-Threats* yang berarti Kekuatan-Kelemahan-Peluang-Ancaman. Keempat kata tersebut berasal dari analisis internal (kekuatan dan kelemahan) serta analisis eksternal (peluang dan ancaman). Dari matrik tersebut, pembuat strategi dapat mengembangkan 4 strategi yang berasal dari 4 faktor dalam SWOT. Keempat strategi tersebut diantaranya : strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T dan strategi W-T.

Dalam sebuah penelitian, kualitatif analisis data dilakukan sejak sebelum peneliti memasuki lapangan, selama dilapangan dan setelah selesai dilapangan. Akan tetapi analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelah proses pengumpulan data. Data yang terkumpul harus diolah sedemikian rupa sehingga menjadi informasi yang dapat digunakan dalam menjawab perumusan masalah yang diteliti. Aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Model interaktif analisis data kualitatif dipakai untuk menganalisis data selama dilapangan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis menurut Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif yang berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Proses datanya mencakup : *data reduction* (reduksi data), *data display* (penyajian data) dan *verification and conclusion* (verifikasi dan penarikan kesimpulan)

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dan analisis hasil penelitian dalam penelitian ini merupakan suatu data dan fakta yang peneliti dapatkan langsung dari lapangan serta disesuaikan dengan teori yang peneliti gunakan. Selanjutnya, karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka dalam proses pengumpulan datanya peneliti juga melakukan aktivitas menganalisis data secara bersamaan.

Seperti yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, bahwa dalam prosesnya, analisis

data dalam penelitian ini menggunakan proses analisis data menurut Irawan (2006). Selanjutnya untuk menguji keabsahan data yang didapat selama penelitian berlangsung. Peneliti juga melakukan aktivitas *triangulasi* sumber secara *membercheck*.

Berdasarkan data primer dan data sekunder yang berhasil dikumpulkan dalam melakukan penelitian ini, peneliti mencoba memisahkan beberapa masalah penting kedalam bagian yang memuat masalah tersebut secara lebih rinci dan kemudian dianalisis berdasarkan model SWOT yang mencakup empat indikator yaitu, kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil temuan lapangan tersebut kemudian peneliti jabarkan dalam empat indikator tersebut:

1. **Kekuatan (*strenghts*)**

Kata kekuatan mengandung pengertian suatu kondisi yang terdapat di dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat di dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. Kekuatan yang dilakukan dalam pengelolaan Pasar Wage Nganjuk belum menunjukkan pada titik dimana bisa dikatakan optimal dalam penerapannya, seperti fungsi pembinaan dan pengawasan terhadap pedagang kaki lima yang berjualan di sepanjang jalan utama.

Pengunjung yang berbelanja di Pasar Wage Nganjuk ini akan meningkat saat akhir pekan dan menjelang hari besar keagamaan seperti hari raya Idul Fitri dan Idul Qurban. Sehingga konsumen merupakan salah satu faktor peluang terbesar yang dimiliki oleh pasar Wage Nganjuk, karena akan terjadi perputaran uang yang sangat besar dalam hal proses jual beli antara pedagang dan konsumen, dan ini telah menjadi kekuatan Pasar Wage Nganjuk dalam upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan pendapatan perkapita pemerintah daerah setiap tahunnya.

2. **Kelemahan (*weaknesses*)**

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran yang menjadi sumber dari kelemahan perusahaan. Kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik seperti halnya sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi belum dapat dipenuhi atau dimiliki oleh organisasi. Dalam melakukan pengelolaan dan penataan fasilitas Pasar Wage Nganjuk tentunya memerlukan dukungan dari Pemerintah Daerah agar tujuan dan program yang sudah ada dapat segera telaksana.

3. **Peluang (*Opportunities*)**

Peluang adalah situasi penting yang sangat menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. kecenderungan-kecenderungan penting tersebut merupakan salah satu sumber peluang, seperti halnya perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pihak-piha ketiga seperti konsumen atau pemasok memperlihatkan gambaran peluang bagi suatu perusahaan.

Faktor-faktor lainnya yang berasal dari lingkungan luar yang bersifat positif, yang dapat dan mampu mengarahkan kegiatan-kegiatan dalam suatu perusahaan. Misalnya, seperti kebutuhan lingkungan sesuai dengan tujuan perusahaan, dimana masyarakat saat

ini lebih membutuhkan tuntutan atas suatu perubahan, agar tingkat kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan akan meningkat dan berkembang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Informan* bapak Sunaryo dan ibu Darwati tersebut dapat di lihat bahwasanya penarikan uang retribusi yang dilakukan oleh pihak pasar Wage Nganjuk dilakukan setiap hari kepada seluruh pedagang yang menyewa di pasar tradisional tersebut. Adapun besar uang retribusi yang ditarik yaitu sebesar Rp. 2.000,- (*dua ribu rupiah*) per-harinya untuk setiap toko atau kios yang disewakan. Uang hasil penarikan retribusi tersebut kemudian disetorkan langsung ke rekening Bank. Artinya dari hasil penarikan uang retribusi pasar tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah nantinya.

4. Ancaman (*threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan oleh perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang telah direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan suatu perusahaan. Ancaman juga dapat berupa faktor-faktor lingkungan luar yang mampu menghambat pergerakan perusahaan.

Dalam penelitian ini peneliti mengangkat permasalahan keberadaan pasar modern seperti Indomaret dan Alfamart merupakan suatu ancaman bagi Pasar Wage Nganjuk, keberadaannya bisa memunculkan konflik sosial ekonomi ditengah masyarakat. Hanya dalam kurun waktu hitungan tahun, raksasa pasar modern yakni Indomaret dan Alfamart terus menancapkan kukunya bersaing dengan pasar-pasar tradisional, termasuk dengan warung- warung tradisional yang ada di tengah pemukiman penduduk.

Peneliti mengangkat pasar modern seperti Indomaret dan Alfamart sebagai ancaman bagi pasar tradisional karena di dalam pasar modern, bahwa dapat di lihat juga menjual beberapa komoditi-komoditi barang seperti halnya yang dijual di pasar tradisional pada umumnya seperti beras, minyak goreng, gula, tepung dan telur, serta sampai perabotan rumah tangga.

Selain itu harga yang di tawarkan pasar modern seperti Indomaret dan Alfamart cukup bersaing dengan pasar tradisional di samping ada saat-saat tertentu mereka memberikan diskon harga untuk menarik minat pembeli supaya beralih dari pasar tradisional yang sudah dikenal oleh masyarakat merupakan tempat berbelanja yang paling murah dengan ketentuan harga pasar yang telah ditetapkan oleh kebijakan pemerintah. Sedangkan pasar modern seperti Indomaret dan Alfamart dengan konsep-konsep monopoli dagang yang berdiri sendiri atau swasta mereka diberikan keleluasaan oleh pemerintah untuk berinovasi dalam mengenalkan produk-produk seperti halnya yang telah dijual di pasar tradisional dalam menentukan harga komoditi-komoditi barang yang akan di jual, untuk menarik minat konsumen.

Adapun peneliti menggunakan analisis SWOT dalam penelitiannya, karena disesuaikan dengan adanya permasalahan yang ada, maka dengan itu penemuan dilapangan yang berhubungan judul penelitian dapat dibuat Analisis Matriks SWOT, seperti tabel yang dibawah ini

Tabel 2
Analysis Matriks SWOT

Faktor Internal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	1. Salah satu pasar induk di Kabupaten Nganjuk 2. Pemasok komoditi pasar yang cukup lengkap, dan beragam	1. Masih kurangnya sarana infrastruktur jalan di dalam pasar dan lahan parkir 2. Masih kurangnya fasilitas bangunan pasar untuk menampung para pedagang yang berjualan di jalan dalam pasar
Faktor Eksternal		
Opportunities (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
1. Lokasi pasar Wage yang strategis. 2. Mudah diakses dengan angkutan umum	1. Menjadi salah satu pasar induk dengan lokasi strategis, mudah diakses, dan memiliki komoditi yang lengkap dan beragam	1. Meningkatkan sarana infrastruktur jalan dan lahan parkir untuk menunjang segala kegiatan yang ada di pasar 2. Meningkatkan fasilitas bangunan pasar untuk menampung para pedagang yang masih menggunakan jalan untuk berjualan
Threats (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Adanya persaingan antara pasar tradisional dengan pasar modern seperti Alfamart dan Indomart	1. Melakukan pendataan dan pengawasan secara berkala kepada para pedagang terkait stabilitas harga pasar. 2. Menjaga kualitas komoditi-komoditi pasar yang utama dalam upaya ketahanan pangan	1. Memperbaiki infrastruktur pasar agar mampu bersaing dengan pasar modern

(Sumber : Peneliti, 2017)

Penjelasan Diagram Silang Analisis SWOT:

1. Kuadran I: Mendukung Strategi SO

Berdasarkan hasil penelitian lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa strategi di pasar Wage Nganjuk, strategi SO (*Strenghts Opportunities*) yang harus dilakukan diantaranya: Menjadi salah satu pasar induk dengan lokasi strategis, mudah diakses, dan memiliki komoditi yang lengkap dan beragam.

2. Kuadran II: Mendukung Strategi ST

Organisasi masih memiliki berbagai kekuatan internal, meskipun disisi lain menghadapi berbagai ancaman. Strategi yang harus dikembangkan adalah menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang dalam waktu jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi*: penggunaan potensi R&D (*Research & Development*) untuk menciptakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh organisasi pesaing (penghindaran kompetensi secara langsung). Berdasarkan hasil penelitian lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa strategi di pasar Wage Nganjuk, strategi ST (*Strenghts Threats*) yang dilakukan adalah: Melakukan pendataan dan pengawasan secara berkala pada para pedagang terkait stabilitas harga pasar. Serta menjaga kualitas komoditi-komoditi pasar yang utama dalam upaya ketahanan pangan

3. Kuadran III : Mendukung Strategi WO

Strategi di pasar Wage Nganjuk, strategi WO (*Weaknesses Opportunities*) yang dilakukan adalah: Meningkatkan sarana infrastruktur jalan dan lahan parkir untuk menunjang segala kegiatan yang ada di pasar. Serta meningkatkan fasilitas bangunan pasar untuk menampung para pedagang yang masih menggunakan jalan untuk berjualan

4. Kuadran III : Mendukung Strategi WT

5. Berdasarkan hasil penelitian lapangan dengan menggunakan teknik wawancara, bahwa strategi di pasar Wage Nganjuk, strategi WT (*Weaknesses Threats*) yang dilakukannya adalah : Memperbaiki infrastruktur pasar agar mampu bersaing dengan pasar modern.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

1. Faktor internal dan eksternal berpengaruh terhadap pengembangan pasar Wage Nganjuk
 - a. Kekuatan Pasar Wage Nganjuk adalah merupakan pasar terlengkap dengan komoditi barang-barang strategis seperti halnya hasil pertanian, peternakan dan home industri.
 - b. Kelemahan Pasar Wage Nganjuk yaitu bahwa ruang dan lahan pasar yang kurang memadai tidak mampu menampung para pedagang, sehingga bermunculan para pedagang kaki lima. Kemudian, juga kurang luasnya lahan parkir, mengakibatkan kemacetan.
 - c. Peluang yang dimiliki oleh Pasar Wage Nganjuk yaitu lokasi pasar yang strategis. Serta mudah diakses oleh angkutan umum.
 - d. Ancaman Pasar Wage Nganjuk adalah dengan masih minimnya pengelolaan sarana dan prasarana pasar. Serta kurangnya tingkat kesadaran pedagang dan

pengunjung dapat memberikan ancaman.

2. Strategi alternatif lain untuk pengembangan pasar Wage Nganjuk
Alternatif strategi pengembangan Pasar Wage Nganjuk, yaitu :
 - a. Memperbarui manajemen Pasar Wage Nganjuk, melalui perencanaan, pengorganisian, pelaksanaan, dan pengawasan.
 - b. Meningkatkan promosi Pasar Wage Nganjuk, melalui mulut ke mulut, brosur, iklan di surat kabar, majalah. Untuk mempromosikan kios, semi kios, los yang ada di dalam Pasar Wage Nganjuk.

Keterbatasan

Untuk penelitian selanjutnya, akan lebih mengembangkan penelitian dengan menggali data dari informan yang berkompeten dibidangnya, sehingga hasil penelitian dapat digunakan oleh pengguna lebih luas.

Saran

1. Pasar Wage Nganjuk harus memberikan usulan pembangunan pos keamanan pasar untuk dianggarkan pihak terkait melalui Kecamatan untuk mengoptimalkan upaya penertiban dan pengawasan kepada para pedagang kaki lima yang masih berjualan di jalan utama.
2. Pasar Wage Nganjuk harus melakukan pendataan, penyuluhan dan sosialisasi kepada para pedagang secara bertahap dan berkelanjutan untuk mengoptimalkan pemenuhan kebutuhan komoditi barang berkualitas.
3. Disarankan kepada Pasar Wage Nganjuk untuk membuat terobosan atau inovasi-inovasi seperti halnya yaitu konsep Pasar Tradisional Terpadu agar dapat bersaing dengan pasar modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2007. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. URL : www.bpkp.go.id
- Anonim. 2011. Kajian Modernisasi Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Modal Sosial. Kementerian Pekerjaan Umum.
- Cristina Whidya Utami. 2006. *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto, Arief. 2009. Revitalisasi Pasar Tradisional. *Jurnal Manajemen Bisnis*, Voll 2 No. 1.
- David, R. Fred. 2011. *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat
- Devi, Ratna. 17 April 2012. Revitalisasi Pasar Tradisional Pada Masyarakat Modern. Makalah Diskusi Bulanan FISIP UNS.
- Hunger, J. David dan Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Andi: Yogyakarta
- Hasibuan, Malayu. 1994. *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara

-
- Irawan, Prasetya. 2006. Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial. DIA FISIP Universitas Indonesia: Jakarta
- Kuncoro, M. 2008. Strategi Pengembangan Pasar Modern dan Tradisional. Kadin Indonesia.
- Masitoh, Eis Al, 2013. Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional, Jurnal PMI Vol. X. No. 2,
- Moleong, J. Lexy. 2005. Metode Penelitian Kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung
- Nuryadin, H. 2012. Manajemen Perusahaan. Yogyakarta : Laksbang Pressindo
- Ranguti, Freddy. 2001. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Jakarta: Bumi Aksara
- S, Indrawan Yanuar. 2011. Analisis Potensi Pasar Tradisional Pengelolaan Pd Pasar Surya. Surabaya : FMIPA ITS
- Siagian, P. Sondang. 2007. Manajemen Strategik. PT. Bumi Aksara: Jakarta
- <http://www.pengertianku.net/2015/04/pengertian-pasar-tradisional-dan-ciri-cirinya>.
- [http://www.kemendag.go.id/id/news/2016/11/01/mendag-pemerintah-perbaiki manajemen-pengelolaan-pasar-rakyat](http://www.kemendag.go.id/id/news/2016/11/01/mendag-pemerintah-perbaiki-manajemen-pengelolaan-pasar-rakyat)