

**STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS UMUM PASAR WISATA  
KOTA BUKITTINGGI**



**SUWITA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERHOTELAN  
JURUSAN PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
Wisuda Periode September 2017**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS UMUM PASAR WISATA**  
**KOTA BUKITTINGGI**

**Suwita**

**Artikel Ini Disusun Berdasarkan Skripsi Suwita Untuk Persyaratan Wisuda  
Periode September 2017 Dan Telah Diperiksa/Disetujui Oleh Kedua  
Pembimbing**

**Padang, Agustus 2017**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I**



**Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd**  
**NIP. 19620530 198803 2001**

**Pembimbing II**



**Hijriyantomi Suvuthie S.IP, MM**  
**NIP. 19780903 201012 1001**

## **STRATEGI PENGEMBANGAN FASILITAS UMUM PASAR WISATA KOTA BUKITTINGGI**

**Suwita<sup>1</sup>, Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd<sup>2</sup>, Hijriyantomi Suyuthie, SIP,MM<sup>2</sup>**  
**Program Studi D4 Manajemen Perhotelan**  
**Jurusan Pariwisata**  
**FPP Universitas Negeri Padang**  
**email: siwitwit@gmail.com**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan fasilitas umum yang mempunyai indikator internal berupa kekuatan dan kelemahan, sedangkan indikator eksternal berupa peluang dan ancaman. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan data kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Penentuan informan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, dan *Snow-Ball Sampling*. Strategi untuk pengembangan fasilitas umum Pasar Wisata adalah lokasi yang strategis dan ketersediaan lahan dapat dimanfaatkan untuk membangun fasilitas yang belum tersedia seperti tempat tunggu dan taman bermain anak, memperbaiki sistem perparkiran seperti membangun tempat parkir khusus untuk roda dua dan roda empat, membuat sistem perparkiran berbasis komputerisasi serta membuat program-program seperti “Kartu Diskon Parkir” sehingga pengunjung lebih memprioritaskan menggunakan jasa parkir di lokasi Pasar Wisata dibandingkan menggunakan jasa parkir lain, menjaga kualitas air bersih dan kebersihan toilet umum dengan rutin melakukan *daily check* serta memperbaiki fasilitas kelengkapan yang ada di toilet umum seperti kondisi penerangan, kondisi gayung serta ketersediaan tempat sampah di toilet, membentuk pengurus musholla yang beranggotakan pedagang dan membuat program gotong royong secara berkala sedangkan bagi Dinas terkait dapat melakukan renovasi dan pengawasan terhadap penggunaan Musholla, melakukan sosialisasi mengenai manfaat promosi dari Dinas Pasar kepada pedagang sehingga Kios/toko yang tersedia dapat dimanfaatkan oleh pemilik toko untuk melakukan promosi melalui pemasangan papan nama toko dengan membuat brand pribadi, selain itu membuat program belanja seperti program potongan harga (*discount*), obral, dan program-program lain yang sekiranya dapat menarik pengunjung, mayoritas pengunjung yang banyak berasal dari kalangan keluarga dapat dimanfaatkan sebagai target pasar dengan membangun fasilitas yang ramah anak seperti tempat tunggu dan taman bermain sederhana yang berukuran kecil seperti perosotan dan ayunan sehingga tidak memerlukan lahan yang luas dan tidak terjadi penyempitan lahan.

**Kata Kunci: strategi, pengembangan, fasilitas umum, pasar wisata**

---

<sup>1</sup> Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode September 2017

<sup>2</sup> Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata & Perhotelan

### **Abstract**

*This research aims to determine the development strategy of public facilities that have internal indicators are strengths and weaknesses, and than external indicators are opportunities and threats. This research was descriptive research with qualitative data. Technique of data collected by using interviews, observation and documentation. Determination of informants using Purposive Sampling technique, and Snow-Ball Sampling. Strategy for the development of public facilities Tourism Market are strategic location and the availability of land can be utilized to build unavailable facilities such as waiting areas and children's playgrounds, improving parking systems such as building special parking spaces for the two-wheeled and four-wheeled vehicles, As well as making programs such as "Parking Discount Cards" so that visitors prioritize using parking services at the Tourism Market location compared to using other parking services, maintaining clean water quality and cleanliness of public toilet with routine daily check and repair facilities completeness in public toilet such as lighting conditions, scoop conditions and the availability of garbage bins in the toilet, forming a member of the merchant board of Mosque and make mutual assistance program on a regular basis while for the relevant office can do the renovation and supervision of the use of Mosque, disseminates the promotional benefits of the Market Service to the merchant so that the available stall / store can be utilized by the shopkeeper to do the promotion through the installation of the store's signboard by creating a personal brand, in addition to making shopping programs such as discount programs, Sales, and other programs that can attract visitors, the majority of visitors who come from many families can use as a target market by building a child-friendly facilities such as waiting areas and small playgrounds such as small slides and swings so it does not require land Wide and no land constriction.*

**Keywords: strategy, development, public facilities, tourism market**

---

<sup>1</sup> Prodi D4 Manajemen Perhotelan untuk wisuda periode September 2017

<sup>2</sup> Dosen Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata & Perhotelan

## A. Latar Belakang

Pembangunan pariwisata di Indonesia berdasarkan Undang-undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata mempunyai tujuan antara lain: (1) meningkatkan pertumbuhan ekonomi;(2) meningkatkan kesejahteraan rakyat;(3) menghapus kemiskinan;(4) mengatasi pengangguran;(5) melestarikan alam, lingkungan, dan sumberdaya;(6) memajukan kebudayaan;(7) mengangkat citra bangsa;(8) memupuk rasa cinta tanah air;(9) memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan (10) mempererat persahabatan antar bangsa.

Di Sumatera Barat sendiri, Bukittinggi merupakan kota terbesar kedua yang berhasil mempromosikan pariwisatanya karena Bukittinggi memiliki banyak potensi yang menjadikannya sebagai kota yang mempunyai daya tarik bagi wisatawan. Potensi kepariwisataan tersebut antara lain aktifitas perdagangan maupun sumber daya seni budaya. Salah satu potensi yang layak untuk dikembangkan menjadi obyek dan daya tarik wisata ialah wisata belanja Pasar Wisata Bukittinggi. Pasar Wisata ini memiliki potensi sebagai destinasi wisata belanja, karna di pasar ini menyajikan dagangan yang jarang di jumpai di pasar lainnya yaitu barang bekas impor yang berkualitas.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pedagang mengatakan sudah lama Pasar Wisata ini siap menjadi tujuan wisata belanja di Kota Bukittinggi. Untuk jumlah kunjungan wisatawan yang berbelanja jika dilihat dari pendapatan rata-rata para pedagang bisa mendapatkan omset Rp.200 ribu sampai dengan Rp.350 ribu setiap harinya. Bahkan apabila musim liburan tiba omset para pedagang bisa lebih meningkat dua kali lipat. Dengan demikian Pasar Wisata sangat siap untuk bersaing dengan pasar-pasar lain yang ada di Kota Bukittinggi.

Namun peluang ini tidak didukung dengan fasilitas umum yang baik. Masalah yang berkaitan dengan fasilitas umum yang ditemukan peneliti saat melakukan observasi di Pasar Wisata yaitu tidak adanya tanda atau batasan khusus antara tempat parkir untuk roda dua dan roda empat, tidak tersedianya fasilitas penunjang keamanan parkir seperti kartu tanda parkir untuk pemilik kendaraan. Kemudian masalah lain yang peneliti temukan berupa kurangnya perawatan pada toilet di Pasar Wisata, seperti lantai toilet yang terlihat kotor dan

terlihat peralatan kebersihan petugas yang berserakan dan tidak tertata rapi. Masalah selanjutnya yaitu kurang terawatnya mushola yang berada di Pasar Wisata, seperti tempat sholat yang sempit, dan kotor serta bangunan musholla sendiri sudah banyak yang rusak. Masalah selanjutnya yang peneliti temui yaitu banyaknya toko yang tidak memiliki papan nama dan belum tersedianya fasilitas tempat tunggu khusus dan taman bermain untuk anak-anak yang berada di kawasan Pasar Wisata.

Menurut Maryam (2011: 44), “Ada dua faktor yang perlu diperhatikan dalam menerapkan strategi yaitu internal dan eksternal”. Dimana internal merupakan kekuatan dan kelemahan, sedangkan eksternal merupakan peluang dan ancaman. Sehingga ini dikaitkan dengan analisis SWOT, dimana menurut Ranguti (2000: 18), “Analisis SWOT adalah: identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan”. Analisis ini untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Sehingga dapat disimpulkan strategi dalam pengembangan fasilitas umum adalah cara, trik atau tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau suatu organisasi untuk mencapai sasaran yang diinginkan untuk jangka panjang yang sudah disusun secara menyeluruh sehingga hasil yang dicapai dapat dinikmati oleh semua elemen masyarakat. Menurut Ranguti (2011: 64), “Formulasi strategi disusun dengan menggunakan hasil analisis SWOT dengan menggabungkan berbagai indikator yang terdapat dalam kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman“. Sesuai dengan permasalahan peneliti dan pendapat ahli di atas, maka penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan fasilitas umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi yang dilihat dari analisis SWOT yaitu: kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

## **B. Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan data kualitatif, dimana peneliti ini menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Dinas

Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Dan Perdagangan Kota Bukittinggi sebanyak 2 orang, Ketua Komunitas *Boutique Second* Kota Bukittinggi, pedagang Pasar Wisata sebanyak 3 orang dan pengunjung Pasar Wisata sebanyak 4 orang.

Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, dan *Snow-Ball Sampling*. Teknik analisis data dengan menggunakan reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

## **C. Hasil penelitian dan Pembahasan**

### **1. Hasil Penelitian**

#### **a. Fasilitas Umum**

##### **1) Perparkiran**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di reduksi bahwa memang hal ini sejalan dengan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa tempat parkir di lokasi Pasar Wisata sudah ada, luas dan cukup strategis, dengan kapasitas mampu menampung 30 mobil dan lebih dari 150 sepeda motor, tapi kondisi parkir sudah banyak yang rusak dan berlubang serta tidak ada pembatas antara roda dua dan roda empat, sistem perparkiran juga tidak diterapkan di tempat parkir ini.

##### **2) Toilet Umum**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di reduksi bahwa memang hal ini sejalan dengan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa kondisi toilet sudah ada tapi kondisinya kurang baik, ada toilet yang tidak ada lampu, tidak ada gayung dan kondisi toilet juga kotor. Walaupun secara umum kondisi toilet sudah baik.

##### **3) Mushola**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di reduksi bahwa memang hal ini sejalan dengan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa musholla yang dibangun khusus di Pasar Wisata sudah tersedia tapi kondisi Musholla tidak terawat, sempit dan kotor.

##### **4) Papan Nama Toko**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di reduksi bahwa memang hal ini sejalan dengan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa di

Pasar Wisata, dari 150 toko hanya 50 toko saja yang memiliki papan nama.

#### **5) Tempat Tunggu**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di reduksi bahwa hal ini sejalan dengan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa di Pasar Wisata belum tersedia ruang tunggu banyak pengunjung yang lebih memilih menunggu keluarganya di areal lokasi yang berjualan makanan ataupun Objek Wisata Jam Gadang dikarenakan lebih nyaman walaupun lokasi sedikit jauh.

#### **6) Taman Bermain Anak**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah di reduksi bahwa hal ini sejalan dengan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa di Pasar Wisata belum tersedia taman bermain dikarenakan memang tidak jauh dari kawasan Pasar Wisata sudah banyak ditemui tempat bermain sejenis yang mungkin lebih menarik perhatian.

### **2. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, maka analisis dan strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan fasilitas umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi adalah berupa:

#### **a. Analisis Fasilitas Umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi**

##### **1) Perparkiran**

##### **a) *Strenghts/ Kekuatan***

- i. Tempat parkir sudah tersedia di lokasi Pasar Wisata
- ii. Tempat parkir yang disediakan cukup luas dan strategis, mampu menampung 30 kendaraan roda empat dan 150 kendaraan roda dua.
- iii. Sudah adanya wacana untuk memperbaiki sistem perparkiran dan tempat parkir di Pasar Wisata.

##### **b) *Weaknesses/ Kelemahan***

- i. Kondisi parkir banyak yang rusak dan berlubang.
- ii. Tidak adanya pembatas yang membatasi antara tempat parkir roda dua dan roda empat.

- iii. Tidak menerapkannya sistem perparkiran yang aman, seperti adanya tanda parkir bagi pemilik kendaraan, dan petugas parkir juga tidak menggunakan atribut parkir.

**c) *Opportunities/ Peluang***

- i. Meningkatkan jumlah pendapatan daerah melalui perparkiran yang aman dan tersistem.
- ii. Mampu menarik pengunjung/wisatawan untuk datang ke Pasar, terutama bagi pemilik kendaraan.
- iii. Memanfaatkan lahan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah melalui penyediaan fasilitas parkir.
- iv. Mengetahui tingkat kunjungan melalui jumlah kendaraan yang menggunakan jasa parkir.

**d) *Threats/ Ancaman***

- i. Terdapat jasa penyedia parkir serupa yang lokasinya lebih strategis
- ii. Terdapat parkir-parkir liar yang memberikan tarif parkir lebih murah dibandingkan dengan parkir yang tersistem.

**2) Toilet Umum**

**a) *Strenghts/ Kekuatan***

- i. Toilet umum sudah tersedia di lokasi Pasar Wisata
- ii. Toilet umum di Pasar Wisata memiliki kualitas air yang baik.

**b) *Weaknesses/ Kelemahan***

- i. Perlengkapan yang ada di toilet umum seperti gayung dan penerangan dalam kondisi yang tidak baik.
- ii. Kebersihan toilet kurang terjaga, terdapat banyak sampah pribadi pengunjung yang terkadang tertinggal di toilet dan tidak dibersihkan.
- iii. Letak toilet yang berada di lokasi yang sempit sehingga membuat pengunjung kesulitan menemukan toilet umum.

**c) *Opportunities/ Peluang***

- i. Dapat meningkatkan pendapatan Pemerintah dengan banyaknya pengguna toilet .

**d) *Threats/ Ancaman***

- i. Terjadinya pencemaran tanah, dikarenakan banyaknya tempat penampungan air kotor.
- ii. Kurangnya kesadaran pengunjung dalam menjaga dan menggunakan fasilitas toilet seperti membuang sampah sembarangan.
- iii. Terdapat toilet umum yang memiliki fasilitas yang jauh lebih baik, sehingga pengunjung lebih memilih toilet yang memang sudah lama memiliki citra yang baik.

**3) Musholla**

**a) *Strenghts/ Kekuatan***

- i. Musholla sudah tersedia di lokasi Pasar

**b) *Weaknesses/ Kelemahan***

- i. Kurangnya dukungan Pemerintah dalam memperbaiki Musholla yang ada.
- ii. Kondisi Musholla kotor dan sempit.

**c) *Opportunities/ Peluang***

- i. Mampu menarik pengunjung yang mayoritas beragama Islam untuk datang ke Pasar Wisata.

**d) *Threats/ Ancaman***

- i. Terdapat mesjid yang lebih besar yang berada tidak jauh dari lokasi Pasar Wisata.

**4) Papan Nama Toko**

**a) *Strenghts/ Kekuatan***

- i. Setiap pedagang sudah memiliki kios/toko di Pasar Wisata
- ii. Berada di pasar khusus yang memang menjual barang dengan jenis yang sama yaitu pakaian bekas.

**b) *Weaknesses/ Kelemahan***

- i. Hanya 30% Pedagang yang memiliki papan nama.
- ii. Kurangnya pemahaman pedagang mengenai manfaat dari promosi melalui papan nama.

**c) *Opportunities/ Peluang***

- i. Pedagang dapat melakukan promosi gratis kepada pengunjung
- ii. Memperkenalkan Pasar Wisata terhadap pengunjung melalui produk yang dijual dan pelayanan yang diberikan
- iii. Memperluas target penjualan
- iv. Mempererat hubungan bisnis antara penjual dan pembeli.
- v. Bagi dinas sendiri akan lebih mudah dalam mengontrol dan pendataan mengenai terhadap pedagang Pasar Wisata.

**d) *Threats/ Ancaman***

- i. Rentan terhadap isu-isu mengenai dampak negatif dari pakaian bekas.
- ii. Munculnya pemikiran dari pembeli mengenai mahalnya harga disebabkan jauh dari konsep tradisional.

**5) Tempat Tunggu**

**a) *Strenghts/ Kekuatan***

- i. Adanya wacana pembangunan tempat tunggu di kawasan Pasar Wisata
- ii. Tersedianya lahan untuk mendirikan tempat tunggu

**b) *Weaknesses/ Kelemahan***

- i. Belum mempunyai konsep detail tentang rancangan pembangunan tempat tunggu

**c) *Opportunities/ Peluang***

- i. Memungkinkan menarik pengunjung untuk datang ke Pasar Wisata.
- ii. Dapat menaikkan tingkat kunjungan ke Pasar Wisata.

**d) *Threats/ Ancaman***

- i. Terdapat tempat tunggu yang lebih baik dan nyaman
- ii. Tempat tunggu beralih fungsi menjadi tempat istirahat oleh orang-orang yang justru bukan menjadi target pasar.

**6) Taman Bermain Anak**

**a) *Strenghts/ Kekuatan***

- i. Lokasi pasar berada di pusat perbelanjaan Kota Bukittinggi

**b) *Weaknesses/ Kelemahan***

- i. Belum adanya wacana pemerintah dalam membangun taman bermain anak di kawasan Pasar Wisata.
- ii. Terbatasnya lahan untuk membangun fasilitas taman bermain anak.

**c) *Opportunities/ Peluang***

- i. Menarik minat kunjungan ke Pasar Wisata melalui target Pasar dari kalangan keluarga.
- ii. Dapat menjadi daya tarik tersendiri disamping konsep yang selama ini terbangun adalah konsep tradisional, sehingga mampu menjadi alat promosi tersendiri untuk Pasar Wisata.

**d) *Threats/ Ancaman***

- i. Terdapat fasilitas taman bermain anak modern seperti Mall yang lebih baik dan lebih nyaman.
- ii. Terjadinya penyempitan lahan, sehingga lokasi pasar justru menjadi tidak nyaman.

Setelah diketahui faktor internal dan eksternal, maka strategi yang dapat di lakukan untuk pengembangan fasilitas umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi adalah:

1. Lokasi yang strategis dan ketersediaan lahan dapat dimanfaatkan untuk membangun fasilitas yang belum tersedia seperti tempat tunggu dan taman bermain anak.
2. Fasilitas tempat parkir dapat di manfaatkan sebagai salah satu pendapatan daerah dengan memperbaiki sistem perparkiran yang aman dan nyaman. Seperti membangun tempat parkir khusus untuk roda dua dan roda empat, membuat sistem perparkiran berbasis komputerisasi. Selain itu menerapkan sistem pelayanan yang prima serta membuat program-program seperti “Diskon Parkir” dalam bentuk kartu, sehingga pengunjung merasa nyaman dan memprioritaskan menggunakan jasa parkir di lokasi Pasar Wisata.
3. Fasilitas toilet umum yang tersedia di Pasar Wisata dapat dimanfaatkan sebagai salah satu pendapatan Dinas Pasar dengan menjaga kualitas air bersih dan kebersihan toilet dengan rutin melakukan *daily check* serta

meperbaiki fasilitas kelengkapan yang ada di toilet umum seperti kondisi penerangan, kondisi gayung serta ketersediaan tempat sampah di toilet.

4. Membentuk pengurus musholla yang beranggotakan pedagang, membuat program gotong royong secara berkala serta bagi Dinas terkait dapat melakukan renovasi dan pengawasan terhadap penggunaan Musholla setiap hari.
5. Melakukan sosialisasi mengenai manfaat promosi dari Dinas Pasar kepada pedagang sehingga Kios/toko yang tersedia dapat dimanfaatkan oleh pemilik toko untuk melakukan promosi usahanya melalui pemasangan papan nama toko dengan membuat brand pribadi, selain itu membuat program belanja yang dapat menarik pengunjung untuk berbelanja ke Pasar Wisata seperti program potongan harga (*discount*), obral, dan program-program lain yang sekiranya dapat menarik pengunjung.
6. Mayoritas pengunjung yang banyak berasal dari kalangan keluarga dapat dimanfaatkan sebagai target pasar dengan membangun fasilitas yang ramah anak seperti tempat tunggu dan taman bermain sederhana yang berukuran kecil seperti perosotan dan ayunan sehingga tidak memerlukan lahan yang luas dan tidak terjadi penyempitan lahan.

## **D. Kesimpulan Dan Saran**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

#### **a. Faktor-faktor Internal Pengembangan Fasilitas Umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi**

##### **1) Kekuatan**

**Adapun yang menjadi kekuatan dalam hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:** 1) Tempat parkir sudah tersedia cukup luas dan strategis. 2) Toilet umum sudah tersedia di lokasi Pasar Wisata dengan kualitas air yang bersih dan banyak. 3) Mayoritas pedagang di Pasar Wisata adalah beragama islam sehingga pembangunan musholla akan bermanfaat bagi pedagang. 4) Setiap pedagang sudah memiliki kios/toko

di Pasar Wisata 5) Lokasi pasar yang strategis berada lingkungan objek wisata serta berada di pusat perbelanjaan Kota Bukittinggi

## 2) Kelemahan

**Adapun yang menjadi kelemahan dalam hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:** 1) Tidak menerapkan sistem perparkiran yang aman, seperti adanya tanda parkir bagi pemilik kendaraan, petugas parkir tidak menggunakan atribut parkir. 2) Perlengkapan yang ada di toilet umum seperti gayung dan penerangan dalam kondisi yang tidak baik. 3) Kondisi Musholla kotor dan sempit. 4) Kurangnya pemahaman mengenai manfaat dari promosi melalui papan nama. 5) Belum mempunyai konsep detail tentang rancangan pembangunan tempat tunggu. 6) Terbatasnya lahan untuk membangun fasilitas taman bermain anak.

## b. Faktor-faktor Eksternal Pengembangan Fasilitas Umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi

### 1) Peluang

**Adapun yang menjadi peluang dalam hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:** 1) Melalui parkir yang aman diharapkan mampu menarik pengunjung/wisatawan untuk datang ke Pasar, terutama bagi pemilik kendaraan. 2) Mampu menarik pengunjung pasar lain untuk datang ke Pasar Wisata dikarenakan lokasi pasar yang strategis. 3) Melalui Musholla diharapkan mampu menarik pengunjung untuk datang ke Pasar Wisata terutama yang beragama islam. 4) Dengan adanya papan nama pedagang dapat melakukan promosi gratis. 5) Lokasi pasar yang dekat dengan berbagai objek wisata sehingga dengan keberadaan tempat tunggu dapat menarik pengunjung. 6) Mayoritas pengunjung yang berasal dari keluarga sehingga dari keberadaan taman bermain akan mampu menarik target kunjungan dari kalangan keluarga.

### 2) Ancaman

**Adapun yang menjadi ancaman dalam hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:** 1) Terdapat jasa penyedia parkir serupa yang

lokasinya lebih strategis. 2) Terdapat toilet umum yang memiliki citra yang baik, seperti toilet mesjid dan toilet di Objek Wisata Jam Gadang. 3) Terdapat mesjid yang lebih besar yang berada tidak jauh dari lokasi Pasar Wisata. 4) Munculnya pemikiran dari pembeli mengenai mahalnnya harga disebabkan jauh dari konsep tradisional. 5) Terdapat tempat tunggu yang lebih baik dan nyaman yang berada tidak jauh dari Pasar Wisata. 6) Terdapat fasilitas taman bermain anak yang lebih baik dan lebih nyaman yang berada tidak jauh dari Pasar Wisata. 7) Terjadinya penyempitan lahan.

### c. Strategi Pengembangan Fasilitas Umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi

Adapun yang menjadi strategi pengembangan fasilitas umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi adalah sebagai berikut: 1) lokasi yang strategis dan ketersediaan lahan dapat dimanfaatkan untuk membangun fasilitas yang belum tersedia seperti tempat tunggu dan taman bermain anak. 2) Memperbaiki sistem perparkiran seperti membangun tempat parkir khusus untuk roda dua dan roda empat, membuat sistem perparkiran berbasis komputerisasi serta membuat program-program seperti “Kartu Diskon Parkir” sehingga pengunjung lebih memprioritaskan menggunakan jasa parkir di lokasi Pasar Wisata dibandingkan menggunakan jasa parkir lain 3) menjaga kualitas air bersih dan kebersihan toilet umum dengan rutin melakukan *daily check* serta memperbaiki fasilitas kelengkapan yang ada di toilet umum seperti kondisi penerangan, kondisi gayung serta ketersediaan tempat sampah di toilet. 4) Membentuk pengurus musholla yang beranggotakan pedagang dan membuat program gotong royong secara berkala sedangkan bagi Dinas terkait dapat melakukan renovasi dan pengawasan terhadap penggunaan Musholla. 5) Melakukan sosialisasi mengenai manfaat promosi dari Dinas Pasar kepada pedagang sehingga Kios/toko yang tersedia dapat dimanfaatkan oleh pemilik toko untuk melakukan promosi melalui pemasangan papan nama toko dengan membuat brand pribadi, selain itu membuat program belanja seperti program potongan harga (*discount*), obral, dan program-program lain yang sekiranya

dapat menarik pengunjung. 6) Mayoritas pengunjung yang banyak berasal dari kalangan keluarga dapat dimanfaatkan sebagai target pasar dengan membangun fasilitas yang ramah anak seperti tempat tunggu dan taman bermain sederhana yang berukuran kecil seperti perosotan dan ayunan sehingga tidak memerlukan lahan yang luas dan tidak terjadi penyempitan lahan.

## 2. Saran

Bagi Dinas Terkait agar segera memperbaiki kelemahan yang ada seperti menerapkan sistem perparkiran, melengkapi perlengkapan toilet dan meningkatkan kebersihan toilet, melakukan sosialisasi terhadap pedagang tentang pentingnya promosi melalui papan nama, segera merampungkan mengenai konsep pembangunan tempat tunggu serta memanfaatkan lahan yang ada untuk membangun taman bermain anak agar menambah kenyamanan pengunjung. Ancaman yang ada agar dapat diminimalisir dengan menggunakan strategi pengembangan yang telah diusulkan sebagai bahan acuan dalam pengembangan fasilitas umum Pasar Wisata Kota Bukittinggi.

Disarankan agar penelitian ini menjadi bahan untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, serta menjadi informasi yang memadai khususnya bagi pihak terkait dan menjadi bahan pembelajaran khususnya bagi mahasiswa jurusan pariwisata. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat meneliti lebih lanjut mengenai kepuasan fasilitas umum Pasar Wisata dengan menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Bagi pengunjung juga diharapkan agar dapat mempromosikan Pasar Wisata sebagai daya tarik wisata belanja Kota Bukittinggi.

**Catatan:** artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis dengan pembimbing I Dra. Ira Meirina Chair, M.Pd, dan pembimbing II Hijriyantomi Suyuthie, SIP,MM

**Daftar Pustaka**

Maryam, Silvia. 2011. *Pendekatan SWOT Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Jowo Kabupaten Kendal*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Rangkuti, Fredy. 2000. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

\_\_\_\_\_. 2011. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.

Undang-undang Negara Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, *Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Sinar Grafika.