

STRATEGI PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DI DISTRIK AYAMARU KABUPATEN MAYBRAT

Joko Purcahyono¹ ; Musfira²

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Universitas Sains dan Teknologi Jayapura

email: jokocahyono2006@gmail.com; fierha19@gmail.com

Abstrak

Pengelola pasar untuk konteks ini perlu dibantu dalam meningkatkan kapasitas dan pemberdayaan pasar, memanfaatkan potensi yang dimilikinya secara mandiri dan terakomodasi dalam pertumbuhan pasar, sesuai dengan ketentuan dan tuntutan perkembangan zaman. Pasar tradisional Ayamaru adalah salah satu penggerak utama perekonomian masyarakat di Distrik Ayamaru. Pengelolaan Pasar Ayamaru menuju pada pengembangan pasar yang lebih modern diharapkan pula ke depannya dapat meningkatkan pendapatan para pedagang, dengan menambah variasi komoditi, meningkatkan kualitas serta peningkatan sarana prasarana penunjang yang ada.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, pengamatan (observasi) dan kepustakaan yang merupakan rujukan untuk menganalisis hasil penelitian. Sifat penelitian adalah deskriptif analisis. Penyusun menggambarkan tentang proses pengaruh pembangunan pasar rakyat terhadap pengelolaan ruang di Distrik Ayamaru dalam meningkatkan pendapatan pedagang terhadap strategi pengelolaan Pasar Ayamaru dalam meningkatkan pendapatan pedagang.

Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan pengaruh pembangunan pasar rakyat terhadap pengelolaan ruang di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat, dengan melakukan analisis SWOT, maka dapat penulis simpulkan sebagai berikut: Strategi SO, strategi ini untuk memperbaiki pengelolaan Pasar Ayamaru Kabupaten Maybrat yang telah diterapkan dengan tujuan untuk memaksimalkan kegiatan antar pegawai atau pegawai dengan pedagang. Strategi ST, promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut atau melalui pamflet untuk mempromosikan hasil komoditi yang diperdagangkan. Strategi WO, strategi yang digunakan adalah kerjasama Pasar Ayamaru Kabupaten Maybrat, pedagang dan koperasi koperasi baik dari segi modal maupun input dan pemasaran produk. Strategi WT, penyuluhan yang diberikan seperti perlunya pengetahuan tentang menjaga kebersihan saat transaksi berlangsung, penataan produk yang menarik minat konsumen.

Kata kunci: Pengaruh Pembangunan, Pasar Tradisional, Ayamaru, Pengelolaan Ruang, SWOT

1. PENDAHULUAN.

1.1. Latar Belakang

Kabupaten Maybrat merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Papua Barat, Kabupaten ini dibentuk pada tahun 2009 sebagai pemekaran dari Kabupaten Sorong, yang memiliki luas wilayah 5.461,69 km². Jumlah penduduk di Kabupaten Maybrat pada tahun 2018 sebanyak 40.649 jiwa. Laki-laki 17.412 jiwa dan perempuan 16.408 jiwa. Pusat pemerintahan Kabupaten Maybrat bertempat di Kumurkek. bagian dari kecamatan Aifat.

Perkembangan Kabupaten Maybrat yang saat ini cenderung menyebabkan perkembangan yang relatif lambat. Hal ini menjadi perhatian besar bagi Pemerintah kabupaten Maybrat yang menuntut adanya

peningkatan sarana dan prasarana serta infrastruktur maupun ruang untuk mendukung aktivitas perekonomian masyarakat sekitar, serta untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Salah satu upaya adalah dengan membangun sebuah pasar induk yang kelak akan menjadi pemacu aktifitas perdagangan untuk meningkatkan perekonomian masyarakat di Distrik Ayamaru.

Distrik Ayamaru sendiri memiliki luas wilayah mencapai 536,60 km² dari luas Kabupaten Maybrat yaitu seluas 5.461,69 km² (BPS 2017). Dan jumlah penduduk di Distrik Ayamaru sendiri mencapai 1.713 jiwa, dari total jumlah penduduk di Kabupaten Maybrat yaitu sebesar 39.191 jiwa (BPS 2017).

Pasar rakyat yang berada di Distrik Ayamaru sendiri sudah dibangun cukup lama yaitu pada tahun 2010 silam yang lalu. Hingga pada saat ini belum ada peningkatan maupun penentuan lokasi/ruang yang sesuai untuk dibangunnya pasar rakyat tersebut. Luas kawasan pasar saat ini mencapai 0,21 ha, dengan wilayah yang cukup luas untuk skala distrik ini seharusnya mumpuni dalam menyuplai produksi komoditas lokal yang ada. Selain itu skala pelayanan pasar di Distrik Ayamaru cukup luas diantaranya dapat mencakup Distrik Ayamaru Selatan, Distrik Ayamaru Barat, Distrik Ayamaru Tengah.

1.2. Rumusan Masalah

Distrik Ayamaru merupakan wilayah yang sangat strategis dikarenakan letak wilayah administrasinya yang berada ditengah-tengah atau pusat dari antara beberapa distrik di sekitarnya. Permasalahan yang terjadi saat ini ialah beberapa pedagang lokal jarang berjualan di pasar tersebut karena minimnya pengunjung/pembeli yang ingin berbelanja, selain itu letak pasar juga yang kurang strategis dapat menjadi kendala untuk akses menuju lokasi tersebut. Oleh karena itu saat ini lokasi pasar yang ada sudah tidak dipergunakan oleh masyarakat dan masyarakat lebih memilih berjualan ditempat lain yang menurut mereka lebih mudah dijangkau oleh konsumen, maupun lebih dekat dengan perdagangan seperti kios/toko di seputaran area tersebut.

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengelolaan yang seharusnya dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM dan Pengelolaan Pasar Kabupaten Maybrat dalam mengelola Pasar.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Pasar Tradisional

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 mendefinisikan pasar adalah sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli barang atau jasa. Pasar juga merupakan sebagai area tempat jual beli barang dengan

jumlah penjual lebih dari baim yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Pasar tradisional ditandai adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, juga banggunanya yang biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjul maupun suatu pengelola pasar. Dalam aktivitas pasar kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti ikan, sayur, buah-buahan, beras, kain, jasa dan lain-lain. Pasar seperti ini banyak ditemukan di Indonesia khususnya di dekat kawasan perumahan agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar. Pelayanan yang disediakan pasar biasanya hanya sementara atau dengan tingkat pelayanan terbatas. Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli ditandai dengan adanya transaksi tawar-menawar antara si penjual dan pembeli secara langsung dalam waktu sementara atau tetap dengan tingkat pelayanan terbatas.

2.2. Manajemen Pasar Tradisional

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pengelolaan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional. Pengelolaan pasar tradisional adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pasar tradisional, sementara pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat perbelanjaan dan toko modern

Tujuan dari manajemen pasar tradisional adalah antara lain sebagai berikut :

- a. Menciptakan, memperluas dan meratakan kesempatan kerja dibidang perdagangan
- b. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat
- c. Memanfaatkan sumber daya milik pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat
- d. Memberikan kesempatan kepada masyarakat atau badan dalam mengelola dan memanfaatkan pasar untuk kemajuan

daerah

Mempertahankan, menjaga dan melestarikan pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial dan budaya.

2.3. Analisis SWOT

Tujuan utama analisis SWOT adalah mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan serta memeriksa peluang dan ancaman yang ada. Analisis SWOT terdiri dari 4 jenis elemen yaitu *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dimana penyelidikan deskriptif tertuju pada pemecahan masalah pada masa sekarang. Metode deskriptif yang dilakukan adalah representasi objektif terhadap fenomena dan permasalahan yang diperoleh pada lokasi studi. Pelaksanaan metode deskriptif tidak terbatas hanya sampai pengumpulan dan penyusunan data saja, tetapi juga meliputi analisa dan pengolahan data. Sedangkan teknik penelitian dimulai dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui survey dan observasi langsung pada lokasi studi namun pada tahapan sebelumnya dilakukan dengan studi pustaka sebagai pemahaman teoritis.

3.1. Lokasi Penelitian

Distrik Ayamaru merupakan salah satu dari 24 distrik terletak dibagian barat Kabupaten Maybrat, dan dalam Provinsi Papua Barat posisi Kabupaten Maybrat. Secara letak geografis Kabupaten Maybrat pada posisi 131° 42' 0" BT - 132° 58' 12" BT dan 0° 55' 12" LS - 2° 17' 24" LS. Distrik Ayamaru memiliki luas 767 km², yang terdiri dari Kampung Mefkajim II, Kampung Fraharoh, Kampung Framu, Kampung Smusuwioh, Kampung Tuso dan Kelurahan Ayamaru. Batas Distrik Ayamaru berbatasan dengan wilayah:

- Sebelah Utara berbatasan dengan Distrik Ayamaru Utara
- Sebelah Timur berbatasan dengan Distrik Ayamaru Tengah

- Sebelah Selatan berbatasan dengan Distrik Ayamaru Selatan
- Sebelah Barat berbatasan dengan Distrik Ayamaru Barat

3.2. Metode Pengumpulan data

3.2.1. Pengumpulan Data Primer

1. **Wawancara, menurut** Sugiyono (2013:231) yaitu pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu Sugiyono (2013:231). Wawancara juga merupakan suatu proses pengumpulan data dan informasi yang dilakukan sehingga penyampaian pertanyaan baik lisan maupun tertulis yang akan di tujukan kepada orang-orang yang dianggap mampu dan juga mempunyai pengalaman atau pengetahuan terkait penelitian.
2. **Observasi, menurut** Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145) yaitu suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3.2.2. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dari instansi yang berkaitan dengan kebutuhan data yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini adapun instansi-instansi terkait yang berhubungan dengan penyusunan laporan.

3.3. Metode Analisa Data

Dalam analisis ini akan dilakukannya empat komponen diantaranya:

- *Strength* (kekuatan) terhadap pasar rakyat.
- *Weakness* (kelemahan) yang dialami oleh pasar akyat
- *Opportunity* (peluang) dari potensi pasar dalam skala pelayanannya
- *Threat* (ancaman) yang akan terjadi terhadap pasar rakyat di Distrik Ayamaru.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Penduduk

Penduduk Distrik Ayamaru secara garis besar pada jaman dulu sampai sekarang ini di

kenal dengan sebutan maybrat tetapi juga disebut suku imian/sawiat. yang penduduk asli Distrik Ayamaru, namun dengan perkembangan kota yang terjadi pada umumnya dari ajaran keagamaan atau ajaran kristiani yang masuk di wilayah yamaru, yang berdampak besar bagi masyarakat di Distrik Ayamaru dan pola pikir masyarakat di Distrik Ayamaru, ajaran kristiani tersebut sangat membangun semangat jiwa masyarakat sebagai umat yang beragama yang hidup sangat baik hingga saat ini, khususnya wilayah Distrik Ayamaru. Kondisi saat ini di Distrik Ayamaru adat/suku masyarakat yang berada pada pasar tradisional sangatlah beragam. Berdasarkan hasil survey, adat/suku masyarakat pada lokasi pasar tradisional hanyalah suku maybrat atau imian/sawiat yang bermukim dan melakukan aktifitas perdagangan di Distrik Ayamaru.

Pada umumnya penduduk Distrik Ayamaru mempunyai budaya dalam setiap aktifitasnya tidak terlepas dari budaya orang asli papua pada umumnya. Orang asli papua secara umum membudayakan mata pencaharian secara turun temurun masih ada hingga sekarang ini. Menurut kondisi eksisting yang di lihat penduduk Distrik Ayamaru mempunyai kebiasaan dengan cara hidup yang beragam dari berbagai adat/suku. Untuk masyarakat Ayamaru kebanyakan dari mereka mempunyai cara untuk hidup dengan bertani (ladang berpindah), dan untuk masyarakat pendatang atau bukan orang Papua yang bermukim di pasar tradisional Ayamaru hampir semua cara hidup dengan berdagang. Dan itulah masyarakat yang berada di pasar tradisional yang ada di Distrik Ayamaru.

4.2. Karakteristik Pasar Tradisional di Distrik Ayamaru

Kondisi fisik pada pasar tradisional di Distrik Ayamaru saat ini belum dikatakan cukup memadai hal ini dilihat dari berbagai faktor-faktor yang terjadi diantaranya:

- **Aksesibilitas**
Pasar tradisional di Ayamaru sebagai fasilitas publik memiliki peran penting bagi lingkungan sekitar khususnya dalam aspek ekonomi. Kemudahan akses masyarakat untuk menuju pasar adalah salah satu kunci keberhasilan keramaian

pasar. Berdasarkan pengembangan teori yang telah dikaji sebelumnya bahwa ketergantungan antara pasar dengan lingkungan sekitar akan menjadikan pasar lebih mudah diakses oleh seluruh pengunjung.

- **Komoditas**
Pasar tradisional di Distrik Ayamaru sebagai tempat dimana komoditas dibeli dan dijual dengan harga eceran. Dari hasil analisis lapangan dapat disimpulkan bahwa berbagai jenis komoditi yang diperdagangkan oleh penjual diantaranya seperti: Sayur-mayur, ubi-ubian dan rempah-rempah, rata-rata para penjual adalah mama-mama papua hal ini membuat komoditas yang diperdagangkan agak monoton dengan komoditas yang sama.

Pasar tradisional di Distrik Ayamaru yang sepenuhnya pengelolaannya di bawah pemerintah Distrik Ayamaru, menempati lahan seluas 0,1 ha. Dan hanya terdiri dari satu bangunan saja, hal ini sangat tidak memenuhi standart ketersediaan pasar yang ada. Dimana tempat tersebut digunakan oleh warga pasar untuk berjualan dengan komoditas yang beranekaragam.



Gambar 1. Kondisi Umum Pasar di Distrik Ayamaru

4.3. Pengelolaan Pasar Ayamaru

Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi yang selanjutnya disingkat DISPERINDAKOP Kabupaten Maybrat mempunyai tugas pokok melaksanakan penyelenggaraan urusan pemerintah daerah dibidang perindustrian, perdagangan, koperasi, dan Usaha mikro dan menengah berdasarkan kebijakan yang ditetapkan oleh Bupati.

Dalam pengelolaan Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi di Kabupaten Maybrat, memiliki peran atau tugas yang dilaksanakan oleh bidang perdagangan dan seksi bina pasar dan informasi.

Adapun tugas dari masing-masing bidang adalah sebagai berikut:

1. Tugas dan Fungsi Pokok bidang Perdagangan

Kepala bidang perdagangan mempunyai tugas pokok melaksanakan sebagian tugas Kepala Dinas dalam memimpin, mengkoordinasikan, membina dan mengendalikan tugas-tugas dibidang perdagangan yang meliputi bina usaha dan pengembangan ekspor, bina pasar, dan informasi, distribusi dan pengawasan perdagangan serta perizinan. Dalam melaksanakan tugas pokok sebagaimana di maksud, kepala bidang perdagangan menyelenggarakan fungsi:

- a) Penyiapan bahan perumusan kebijakan dalam rangka mendukung kelancaran tugas-tugas dibidang perdagangan yang meliputi bina usaha dan pengembangan ekspor, bina pasar dan informasi, distribusi dan pengawasan perdagangan serta perizinan.
- b) Penyiapan bahan penyusunan program kerja dibidang perdagangan yang meliputi bina usaha dan pengembangan ekspor, bina pasar dan informasi, distribusi dan pengawasan perdagangan serta perizinan.
- c) Penyiapan bahan pembinaan, pengendalian dan bimbingan teknis dibidang perdagangan yang meliputi bina usaha dan pengembangan ekspor, bina pasar dan informasi, distribusi dan pengawasan perdagangan serta perizinan.
- d) Penyiapan bahan koordinasi dan fasilitasi tugas-tugas dibidang perdagangan yang meliputi bina usaha dan pengembangan ekspor, bina pasar dan informasi, distribusi dan pengawasan perdagangan serta perizinan.
- e) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan tugas-tugas dibidang perdagangan yang meliputi bina usaha dan pengembangan ekspor, bina pasar dan informasi,

distribusi dan pengawasan perdagangan serta perizinan.

- f) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

2. Tugas dan Fungsi Pokok Seksi Bina Pasar dan Informasi

Kepala seksi bina pasar dan informasi mempunyai tugas pokok melakukan sebagian tugas kepala bidang perdagangan dalam memimpin, mengkoordinasikan, membina, dan mengendalikan tugas-tugas dibidang bina pasar dan informasi yang meliputi pembinaan pasar tradisional, pasar desa, pasar modern, grosir, pertokoan, mall, hypermarker, mini market, waralaba, inventarisasi, dan pendataan pasar serta perizinan. Dalam menjalankan tugas pokoknya kepala seksi bina pasar dan informasi menyelenggarakan fungsi sebagai berikut:

- a) Penyiapan bahan-bahan penyusunan program kerja dibidang bina pasar dan informasi yang meliputi pembinaan pasar tradisional, pasar desa, pasar modern, grosir, pertokoan, mall, hypermarker, mini market, waralaba, inventarisasi, dan pendataan pasar serta perizinan.
- b) Pengumpulan bahan-bahan koordinasi penyusunan program kerja dibidang bina pasar dan informasi yang meliputi pembinaan pasar tradisional, pasar desa, pasar modern, grosir, pertokoan, mall, hypermarker, mini market, waralaba, inventarisasi, dan pendataan pasar serta perizinan.
- c) Pengolahan atau analisis bahan-bahan penyusunan evaluasi dan pelaporan guna memberikan saran atau masukan pertimbangan kepada pimpinan dibidang bina pasar dan informasi yang meliputi pembinaan pasar tradisional, pasar desa, pasar modern, grosir, pertokoan, mall, hypermarker, mini market, waralaba, inventarisasi, dan pendataan pasar serta perizinan.
- d) Pengurusan dokumen atau bahan-bahan koordinasi dibidang bina pasar dan informasi yang meliputi pembinaan pasar tradisional, pasar desa, pasar modern, grosir, pertokoan, mall, hypermarker, mini market, waralaba,

inventarisasi, dan pendataan pasar serta perizinan.

- e) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

4.4. Strategi Pengelolaan

Analisis SWOT Pengelolaan Pasar di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat adalah sebagai berikut:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Merupakan faktor-faktor internal positif yang berperan terhadap kemampuan pasar Ayamaru dengan segala keunggulan yang dimiliki untuk mempertahankan posisinya untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Tempat yang strategis di pusat Distrik Ayamaru
- b. Aksesibilitas yang mudah dijangkau
- c. Skala pelayanannya yang luas
- d. Perdagangan dilakukan setiap harinya

2. *Weakness* (Kelemahan)

Merupakan faktor-faktor internal negatif yang menghalangi kemampuan pasar Ayamaru Kabupaten Maybrat terhadap sesuatu yang tidak dilakukan dengan baik atau tidak memiliki kapasitas untuk melakukannya, sementara para pesaingnya memiliki kapasitas tersebut untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Belum adanya parkir yang tertata dan luas
- b. Kondisi bangunan yang tidak layak untuk berjualan
- c. Sarana-prasarana penunjang belum ada
- d. Terkadang ada kios yang tidak berjualan
- e. Ada beberapa kios/toko yang belum dibangun dan masih sangat sedikit kios di sekitaran pasar
- f. Belum adanya evaluasi yang berjalan maupun perhatian dari pemerintah setempat dalam hal ini Distrik Ayamaru

3. *Opportunities* (Peluang)

Merupakan faktor-faktor eksternal positif yang dapat dimanfaatkan oleh Pasar Ayamaru Kabupaten Maybrat karena hal yang menguntungkan yang dapat

meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Meningkatkan jumlah penduduk
- b. Sebagian besar masyarakat masih berbelanja di pasar
- c. Perputaran uang dapat meningkat dan dirasakan oleh masyarakat terutama penjual/pedagang di pasar
- d. Dapat meningkatkan perekonomian di Distrik Ayamaru

4. *Threats* (Ancaman)

Merupakan segala macam bahaya yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi oleh Pasar Tradisional Ayamaru Kabupaten Maybrat. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Kehilangan pelanggan karena komoditi yang dijual terlalu monoton
- b. Ancaman naiknya inflasi. Mengakibatkan daya beli masyarakat turun karena harga bahan sembako dan kebutuhan lainnya naik. Sehingga masyarakat lebih memilih bercocok tanam sendiri daripada membeli di pasar.
- c. Langkanya beberapa komoditas yang dijual
- d. Semakin banyaknya pasar-pasar kecil atau yang disebut pasar obor oleh warga setempat di Distrik Ayamaru
- e. Pergeseran budaya dan perilaku masyarakat

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal dapat diketahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki Pasar di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat. Melalui analisis lingkungan strategis dapat diketahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam pengembangan pasar tradisional di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat.

1. Faktor-Faktor Pendukung

Faktor-faktor pendukung diperoleh dari kekuatan dan peluang Pasar Ayamaru Kabupaten Maybrat. Berikut adalah faktor pendukung:

- a. Tempat yang strategis di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat
- b. Aksesibilitas yang mudah dijangkau dari berbagai kampung sekitar

- c. Skala pelayanannya yang luas bahkan sampai ke beberapa distrik sekitar
 - d. Aktifitasnya selalu rutinitas dilakukan setiap harinya
 - e. Meningkatkan jumlah penduduk
 - f. Sebagian besar masyarakat masih berbelanja di pasar tersebut
 - g. Perputaran uang dapat meningkat dan dirasakan oleh masyarakat terutama penjual/pedagang di pasar
 - h. Dapat meningkatkan perekonomian di Distrik Ayamaru
2. Faktor-Faktor Penghambat
 - a. Belum adanya area parkir yang tersedia
 - b. Kondisi bangunan yang tidak layak pada Pasar Ayamaru
 - c. Sarana-prasarana penunjang yang belum tersedia di Pasar Ayamaru
 - d. Beberapa kios/toko belum tersedia di area Pasar di Distrik Ayamaru
 - e. Belum adanya evaluasi dari pemerintah Kabupaten Maybrat terkait bangunan pasar yang saat ini dilakukan transaksi perdagangan masyarakat Distrik Ayamaru
 - f. Kehilangan pelanggan karena komoditi yang didistribusikan terlalu monoton
 - g. Semakin banyaknya pasar-pasar kecil atau yang disebut pasar obor oleh warga setempat di Distrik Ayamaru
 - h. Langkanya beberapa komoditas yang dijual oleh masyarakat
 - i. Ancaman naiknya inflasi. Mengakibatkan daya beli masyarakat turun karena harga bahan sembako dan kebutuhan lainnya naik. Sehingga masyarakat lebih memilih bercocok tanam sendiri daripada membeli di pasar.
 - j. Pergeseran budaya dan perilaku masyarakat

Dari faktor-faktor *strengths*, *weakness*, *opportunities*, dan *threats* akan menciptakan strategi baru dan mengetahui apakah analisis swot yang diterapkan di Pasar Ayamaru Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat sudah sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Strengths (kekuatan) dan *opportunities* (peluang) yang dimiliki Pasar Ayamaru Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat

menciptakan strategi SO (*strengths opportunities*) yang dikenal juga dengan istilah strategi pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*). *Strengths* (kekuatan) dan *threats* (ancaman) yang dimiliki pasar Ayamaru pada Kabupaten Maybrat menciptakan strategi ST (*strengths threats*) yang merupakan strategi diversifikasi (produk/pasar). *Weakness* (kelemahan) dan *opportunities* (peluang) yang dimiliki oleh Pasar Ayamaru Kabupaten Maybrat menciptakan strategi WO (*weakness opportunities*) yang dikenal dengan strategi *turn around*. *Weakness* (kelemahan) dan *threats* (ancaman) merupakan strategi WT (*weakness threats*) merupakan strategi *defensif* (bertahan).

Setelah melakukan analisis terhadap lingkungan strategis, tahap selanjutnya dalam perumusan strategi yaitu mengidentifikasi isu-isu strategi yang merupakan jantung dari proses perencanaan strategi. Isu strategi diperoleh dari matriks analisis SWOT yaitu dengan mencocokkan kekuatan dan kelemahan (lingkungan internal) dengan peluang dan ancaman (lingkungan eksternal), sehingga mampu mengembangkan empat tipe strategi yaitu strategi S-O, strategi S-T, strategi W-O dan strategi W-T.

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*).

Faktor eksternal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor peluang dan ancaman melalui strategi eksternal EFAS (*Eksternal Strategic Factor Analisis Summary*). Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model, untuk merumuskan strategi kompetitif.

Hasil analisis matriks SWOT diperoleh alternatif strategi pengembangan Pasar Ayamaru Kabupaten Maybrat sebagai berikut.

1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang

sebesar-besarnya. Strategi ini untuk memperbarui pengelolaan Pasar di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat yang telah diterapkan dengan tujuan untuk memaksimalkan kegiatan antar pedagang dengan pembeli.

Strategi SO ini dilakukan dengan optimalisasi Pembangunan dan revitalisasi pasar tradisional dengan dilengkapi kemudahan akses bagi pengunjung maupun pedagang. Dan pengembangan pasar tradisional dengan memanfaatkan potensi dan ciri khas yang dimiliki.

2. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman, antara lain: promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut atau melalui pamflet untuk mempromosikan kios atau toko untuk meningkatkan jumlah pengunjung dengan mengadakan acara. Apabila jumlah pengunjung meningkat maka diharapkan jumlah calon pedagang akan meningkat.

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi yang digunakan adalah kerja sama Pasar Ayamaru Kabupaten Maybrat pedagang dan koperasi baik dari segi modal maupun pembangunan pasar rakyat yang lebih baik serta pemasaran dan peningkatan produk-produk lokal. Meningkatkan kualitas SDM untuk mendukung pengembangan Pasar Tradisional di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat melalui pelatihan-pelatihan. Rekrutmen pegawai untuk mendukung pembangunan pasar tradisional yang jauh lebih baik dan memenuhi standar yang ditentukan oleh pemerintah daerah maupun pemerintah pusat melalui SNI yang berlaku, serta melakukan kerjasama dengan investor jika diperlukan agar meningkatkan potensi ekonomi mikro dan menengkan di Kabupaten Maybrat terlebih khusus pada Distrik Ayamaru.

4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman, yaitu: penyuluhan yang diberikan seperti perlunya pengetahuan tentang menjaga kebersihan saat transaksi berlangsung, penataan produk yang menarik minat konsumen dan pengetahuan tentang bahayanya produk yang sudah kadaluarsa

serta ciri-cirinya. Selain itu, adanya peningkatan pembinaan pedagang untuk merubah mindset dan mengenai promosi untuk menarik minat pengunjung atau masyarakat untuk berbelanja.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan serta pengamatan dilapangan pada Pasar Ayamaru Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat menunjukkan adanya ketidakpedulian pemerintah terhadap kondisi fisik bangunan maupun sarana prasarana penunjang di pasar tradisional tersebut, serta tidak terawatnya kondisi pasar saat ini dengan baik, kondisi tempat berjualan yang belum memadai, seperti tempat duduk yang belum layak untuk menaruh jualan para pedagang.

Pegelolaan Pasar di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat yang dilakukan belum maksimal dalam hal ini peningkatan pada infrastruktur pasar tradisional tersebut hal ini berimplikasi kepada pendapatan pedagang yang mengalami penurunan pendapatan, hal ini disebabkan karena luas wilayah pasar yang begitu kecil dan sempit menimbulkan kurangnya atau sedikitnya barang dagangan yang diperjualkan hal ini berdampak pada minimnya peminat untuk berbelanja karena berbagai komoditas tidak diperdagangkan sehingga para pedagang mengalami penurunan barang dagangannya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis Berdasarkan hasil penelitian terkait dengan pengaruh pembangunan pasar rakyat terhadap pengelolaan ruang di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat, dengan melakukan analisis SWOT, maka dapat penulis simpulkan bahwa:

Hasil analisis matriks SWOT diperoleh alternatif strategi pengembangan Pasar di Distrik Ayamaru Kabupaten Maybrat sebagai berikut. Strategi SO, strategi ini untuk memperbarui pengelolaan pasar tradisional di Distrik Ayamaru yang telah diterapkan dengan tujuan untuk memaksimalkan kegiatan antar pegawai atau pegawai dengan pedagang. Strategi ST, promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut atau melalui pamflet untuk mempromosikan kios, semi kios, los, dan senggol dan untuk meningkatkan jumlah pengunjung dengan mengadakan acara. Apabila jumlah pengunjung meningkat maka diharapkan jumlah calon pedagang akan meningkat.

Strategi WO, strategi yang digunakan adalah kerjasama Pasar tradisional Ayamuru Kabupaten Maybrat pedagang dan koperasi koperasi baik dari segi modal maupun mengembangkan pembangunan infrastruktur pasar. Strategi WT, penyuluhan yang diberikan seperti perlunya pengetahuan tentang menjaga kebersihan saat transaksi berlangsung, penataan produk yang menarik minat konsumen.

6. REFERENSI

- Freddy Rangkuti, Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis **SWOT**, Gramedia Pustaka Utama. 2015
- Hakim, Abdurrohman (2018) *Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional (Studi Kasus: Pasar Welahan Kabupaten Jepara)*
- Herman Malano, Selamatkan Pasar Tradisional

Indah Superti, Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Simpang Agung, Desa Simpang Agung, Lampung Tengah), 2017.

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007, tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

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