

ANALISIS SWOT PASAR TRADISIONAL (STUDI KOMPARATIF ANTARA PASAR BULELENG DAN PASAR SUKASADA)

I Gusti Made Dharma Hartawan

dharmahartawan74@gmail.com

Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja Jalan
Yudistira No.11 Singaraja. Tlp. (0362) 22950. www.stiesatyadhharma.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Analisis SWOT Pasar Tradisional (Studi Komparatif Antara Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada). Berdasarkan dari hasil wawancara terhadap Kepala Pasar, Pedagang dan Konsumen maka didapatkan hasil bahwa Strategi SO (*Strength-Opportunities*) dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, perbandingan dari kedua pasar tersebut yaitu kualitas kebutuhan barang pokok yang ada serta tetap menjaga kebersihan dan penataan pasar. Strategi ST (*Strength-Treaths*) dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, perbandingan dari kedua pasar tersebut yaitu kualitas kebutuhan pokok dan ragam varian dagangan yang dijual. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, perbandingan dari kedua pasar tersebut yaitu lahan parkir yang bisa diperluas sehingga membuat konsumen merasa nyaman saat melakukan transaksi perbelanjaan, serta melengkapi bangunan pasar unuk menambah kios agar pedagang baru bisa membuka lapak. Strategi WT (*Weaknesses-Treaths*) dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, perbandingan dari kedua pasar tersebut yaitu melengkapi fasilitas parkir dan kebijakan harga serta meningkatkan kebersihan agar pasar menjadi bersih dan membuat konsumen merasa senang dan nyaman, meningkatkan promosi di media sosial agar konsumen mengetahui keberadaan pasar

Kata kunci: Strengths, Weakness, Opportunities, Treaths

PENDAHULUAN

Pemasaran sangat begitu berperan penting bagi keberhasilan suatu usaha. Pemasaran digunakan oleh para pengusaha sebagai sarana untuk mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian produk, yaitu untuk mengembangkan usaha dan mendapatkan keuntungan. Pemasaran adalah suatu proses sosial yang dengan

proses itu individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertaruhkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler, 2005). Berdasarkan pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa kegiatan pemasaran saat ini hanya tidak terfokus pada kegiatan jual-beli

barang atau jasa, tetapi juga merupakan proses menciptakan nilai bagi pelanggan. Nilai-nilai inilah yang akan menciptakan suatu hubungan timbal balik yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Industri ritel terus berubah seiring dengan perubahan teknologi, perkembangan dunia usaha dan tentunya kebutuhan konsumen. Ritel adalah keseluruhan aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan dan pemberian layanan kepada konsumen untuk penggunaan yang sifatnya individu sebagai pribadi maupun keluarga. Agar berhasil dalam pasar ritel yang kompetitif, peritel harus dapat menawarkan produk yang tepat, dengan harga yang tepat, pada tempat yang tepat, dan waktu yang tepat.

Industri ritel yang terdiri atas ritel tradisional dan ritel modern merupakan salah satu industri strategis. Dalam era globalisasi seperti saat ini, pergerakan kearah liberalisasi ekonomi dunia semakin terbuka dan pasti akan berdampak terhadap pelaku pasar, termasuk pasar ritel tradisional. Masuknya kekuatan modern yang dikelola secara profesional. Pengembangan pasar tradisional secara bijak dengan tidak meninggalkan kearifan lokal, sesungguhnya semakin strategis posisinya dalam memperkokoh perekonomian, karena dapat menciptakan lapangan usaha dan lapangan pekerjaan.

PD Pasar yang ada di wilayah Bali, khususnya di Kabupaten Buleleng sampai saat ini mengelola beberapa unit pasar milik Pemerintah Kabupaten berdasarkan SK Bupati No.

370 Tahun 2004 Tentang Penyerahan Aset dan dengan berjalannya waktu dan beberapa pasar yang sudah tidak lagi tergabung di dalam wilayah kerja PD. Secara keseluruhan PD Pasar mengelola 17 Unit Pasar dan diantara semua unit pasar tersebut ada 1 unit pasar yaitu Pasar Sanggalangit yang sudah tidak berpotensi lagi karena jumlah pedagang yang sangat sedikit. Hal ini juga diperkuat oleh hasil data yang di dapatkan penulis dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Buleleng. Berikut adalah jumlah Ritel Tradisional dan Ritel Modern di Kecamatan Buleleng. Ritel Tradisional di Kecamatan Buleleng dibagi menjadi dua sistem pengelolaan, yaitu pasar Kabupaten yang dikelola langsung oleh Pemerintah dan Pasar Desa yang dikelola langsung oleh Desa Adat setempat.

Pasar Buleleng terletak di Jalan Mayor Matra Sukasada Buleleng atau lebih tepatnya terlatak disamping Gedung Sasana Budaya. Pasar Buleleng merupakan pasar tradisional yang menjual belikan berbagai alat ataupun bahan untuk kebutuhan sehari-hari. Pasar Sukasada terletak di Jalan Jelantik Gingsir Sukasada. Pasar ini juga merupakan pasar tradisional yang menjual belikan berbagai alat ataupun bahan kebutuhan sehari-hari. Dari kedua pasar ini, bisa dilihat dalam data total pedagang dan jenis produk yang dijual yaitu:

No	Lokasi Pedagang				Yang Dijual					
	Pasar Buleleng		Pasar Sukasada		Pasar Buleleng				Pasar Sukasada	
	Total	Total	Jenis	Total	Jenis	Total	Jenis	Total		
1	Los Lantai 1	82	Toko Swadaya	12	Cerahi	47	Kopi/Es	6	Cerahi	4
2	Pelataran Tetap	49	Los	25	Sayur	27	Makanan	27	Sayur	1
3	Los Lantai 2	73	Musiman	0	Buah	37	Nasi	9	Buah	3
4	Eceran	0			Bunga	33	Blayag	5	Bunga	2
5	Toko Lantai 1/2	14			Palen	39	Tempe	5	Palen	2
6	Kios Lantai 1/2	17			Toko Emas	4	Daging Sapi	3	Makanan/Jajan	8
7	Senggol	7			Tehr	3	Daging Ayam	12	Tukang Jahit	2
8	Toko Dalam Pasar	4			Ilkan Laut	6	Daging Babi	2	Tukang Cukur	1
9	Toko Radius	12			Jajan	11	Kain	19	Daging Ayam	1
10	Jumlah	258		37	Jamu	6	Koperasi	2	Daging Babi	11

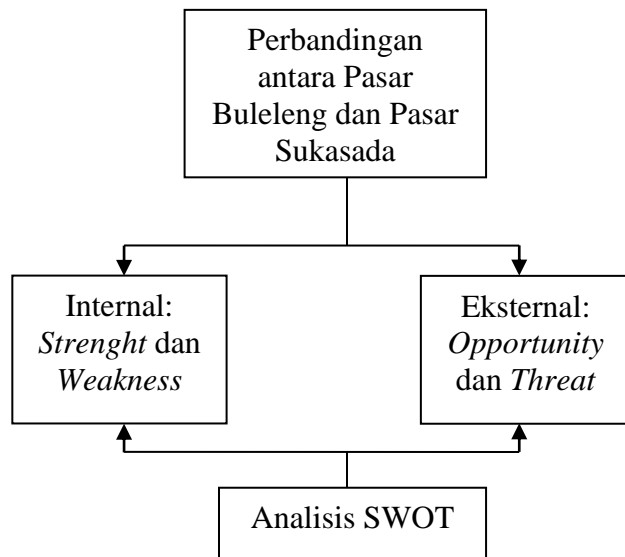
Sumber: Pasar Sukasada dan Pasar Buleleng

Berdasarkan data diatas yang didapat dari hasil wawancara dan observasi bahwa Pasar Buleleng lebih lengkap dibandingkan Pasar Sukasada, dapat dilihat dari total jumlah pedagang yang dimana Pasar Buleleng memiliki jumlah potensial atau pedagang yang aktif sebanyak 258 sedangkan jumlah pedagang yang ada di Pasar Sukasada yang memiliki jumlah potensial atau pedagang yang aktif hanya sebanyak 37 saja. Dari hasil jumlah potensial atau pedagang yang aktif maka akan mempengaruhi jenis produk yang dijual. Lalu jika dilihat dari jenis produk yang dijual bahwa Pasar Sukasada hanya menjual produk untuk kehidupan sehari-hari sedangkan Pasar Buleleng sendiri jenis produk yang dijual tidak hanya untuk kehidupan sehari-hari saja, seperti Toko Emas dan Koperasi.

Pasar Buleleng dan pasar Sukasada memiliki daya tarik tersendiri. Dimana setiap pasar mempunyai kekuatan dan kelemahan masing-masing, jika dilihat dari perbedaan kedua pasar tersebut yang membedakan adalah dari segi sarana dan prasarana. Maka dari itu diperlukannya analisis SWOT dalam mengatasi hal tersebut. Analisis SWOT yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan kinerja pasar. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan di perusahaan lain. Selanjutnya *Fredi Rangkuti* (2004:18) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk mrumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Dalam buku *Manajemen Intrnasional* analisis SWOT adalah akronim dari *strengsh*, *weaknesses* dan *treats* perusahaan yang di samping memiliki kekuatan tertentu juga pasti memiliki kelemahan, dan disamping mempunyai peluang yang dapat dan perlu dimanfaatkan juga memiliki ancaman yang mau tidak mau harus dihadapi. Dari pengertian diatas disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan

(*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu perusahaan. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang terlibat sebagai inputan untuk perencanaan proses. Sehingga proses yang dirancang dapat berjalan optimal, efektif dan efisien.

KERANGKA PEMIKIRAN



Secara Internal Pasar Buleleng memiliki letak yang cukup strategis karena berlokasi di pusat kota Singaraja. Harga dagangan yang ditawarkan cukup murah sehingga menyebabkan hubungan antara pembeli dan penjual semakin baik. Selain itu produk yang dijual relatif lengkap. Tetapi lahan parkir cenderung sempit sehingga mengganggu arus lalu lintas. Secara Eksternal letak Pasar Buleleng berada di tengah permukiman sehingga sebagian besar pembeli utamanya adalah warga sekitar. Konsumen juga mulai selektif dalam memilih pasar berdasarkan

harga. Tetapi di pasar Buleleng persaingan cukup ketat.

Selanjutnya jika dilihat secara internal Pasar Sukasada memiliki tempat parkir yang luas sehingga keamanan dan kenyamanan konsumen terjamin. Tetapi varian produknya kurang lengkap dan harganya cenderung mahal. Secara Eksternal Pasar Sukasada memiliki potensi yang khusus menjual produk oleh-oleh khas Bali dikarenakan di jalur Singaraja Denpasar. Tetapi banyaknya usaha dagang (Pedagang Musiman) yang bermunculan mengakibatkan pasar tradisional Sukasada relatif sulit berkembang.

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa keterangan tertulis atau lisan.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan secara langsung dan tidak langsung kemudian mencatat hasil pengamatan tersebut untuk mengetahui apa yang sebenarnya terjadi (Djaelani 2013). Observasi dapat dilakukan dengan bantuan alat pengamatan yang berupa daftar cek, tabel sosiometri, catatan lapangan, jurnal harian, alat perekam elektronik dan format lainnya. Pemilihan alat bantu

sangat penting untuk mendapatkan data kualitatif yang penuh makna. Misalnya perilaku, aktifitas dan proses kegiatan lainnya (Djaelani 2013).

2. Wawancara

Wawancara merupakan alat *re-checking* atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses untuk memperoleh keterangan yang berhubungan dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada.

3. Dokumentasi

Peneliti akan menyajikan dokumentasi berupa foto – foto bersama informan pada saat melakukan wawancara di Pasar Buleleng dan Pasar Sukesada.

TEKNIK PENENTUAN INFORMAN

Penulis menggunakan teknik purposive sampling dalam pengambilan informan penelitian. Teknik purposive sampling ialah penulis memilih informan berdasarkan tujuan tertentu. Dalam hal ini penulis memilih informan yang dianggap mampu dan mengetahui informasi secara mendalam serta dapat dipercaya menjadi sumber data. Maksudnya adalah informan yang memiliki pengalaman langsung selama bertahun-tahun dalam berdagang di pasar. Subjek dan kriteria dalam

dharmahartawan74@gmail.com

ISSN : 0853-8565

© 2019, STIE Satya Dharma Singaraja

<http://www.stiesatyadharm.ac.id>

email : stiesadhar@gmail.com

penentuan informan penelitian ini adalah :

1. Pedagang yang sudah berjualan selama minimal 5 tahun dan memiliki farina produk lebih dari 3 jenis. Dalam hal ini peneliti memilih pedagang sembako, pedagang buah dan pedagnag alat-alat persembahyangan.
2. Pembeli yang pernah berbelanja di Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada
3. Kepala pasar yang dianggap mengenal secara ditel tentang Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Salah satu cara untuk memperoleh data dalam menentukan hasil penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara. Dalam bab ini penulis akan menjelaskan beberapa uraian pembahasan yang sesuai dengan hasil penelitian yang sudah peneliti lakukan. Dalam penelitian yang dilakukan di Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, peneliti melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan wawancara ke Ketua Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada yaitu: Ibu Jro Sri Utami di Unit Sub. Bagian Pemungut Sewa Tanah dan Bapak Ketut Suparwarta di Unit Sub. Bagian Petugas Pungut. Peneliti juga melakukan sesi wawancara ke beberapa pedagang di Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada yaitu: Ibu Jro Ayu , Ibu Sri

Kasih, Ibu Wayan Kariani dan Ibu Supini. Selanjutnya peneliti melakukan sesi wawancara ketiga pada beberapa pembeli atau konsumen pasar yaitu: Bapak Yanto, Ibu Luh Meneng, Bapak Gede Subrata dan Ibu Luh Sayang.

- Setelah mendapatkan hasil wawancara, peneliti akan melakukan analisis SWOT yang bertujuan untuk mengenali kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Peneliti akan membuat matriks SWOT di masing-masing pasar yang akan digunakan dalam pembuatan perbandingan atau komparatif di Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada. Pembuatan matriks SWOT, membantu peneliti dalam memisahkan pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman).
- Setelah ditemukannya faktor-faktor internal dan eksternal, peneliti akan membuat perbandingan pasar manakah yang lebih unggul yang dilihat dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada.

Dibawah ini merupakan hasil tabulasi data wawancara yang telah peneliti lakukan pada beberapa informan

Diagram Tampilan Pasar Buleleng

Tipe Persebaran	Kapal Pasar	Podang 1	Podang 2	Podang 3	Podang 4	Podang 5	Real
Kekuatan (Strength)	Letak pasar yang strategis	Letak pasar yang strategis	Letak pasar yang strategis	Letak pasar yang strategis	Letak pasar yang strategis	Letak pasar yang strategis	Letak pasar yang strategis
Kelemahan (Weakness)	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional
Peluang (Opportunity)	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional

Kelemahan (Weak)	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional
------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

Diagram Tampilan Pasar Sukasada

Tipe Persebaran	Kapal Pasar	Podang 1	Podang 2	Podang 3	Podang 4	Podang 5	Real
Kekuatan (Strength)	Pasar yang strategis	Pasar yang strategis	Pasar yang strategis	Pasar yang strategis	Pasar yang strategis	Pasar yang strategis	Pasar yang strategis
Kelemahan (Weakness)	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional
Peluang (Opportunity)	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional

Kelemahan (Weak)	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional	Perdagangan tradisional
------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------	-------------------------

Matriks SWOT

Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti kemudian menganalisisnya dengan alat analisis

SWOT untuk mengenali kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*treaths*) yang ada di Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada

Matriks SWOT Pasar Buleleng

INTERNAL EKSTERNAL	Kekuatan (<i>Strengths</i>) 1. Lokasi Strategis 2. Kebutuhan pokok berkualitas dan harga murah 3. Pelayanan ramah Produk mudah dijangkau	Kelemahan (<i>Weakness</i>) 1. Keberadaan pasar kurang 2. Model pasar umum 3. Fasilitas parkir masih kurang 4. Sirkulasi udara kurang lancar
	Peluang (<i>Opportunities</i>) 1. Bantuan dari pemerintah 2. Menambah lapak jualan 3. Sistem tawar-menawar 4. Minat beli konsumen tinggi	Strategi SO Meningkatkan kualitas pelayanan dan respon keluhan terhadap pedagang dengan adanya kebijakan dan bantuan dari pemerintah serta meningkatkan mutu barang karena minat beli konsumen yang tinggi serta tetap menjaga kebersihan dan penataan pasar
Ancaman (<i>Threats</i>) 1. Keberadaan pasar lain dan pendatang baru berpotensi menjadi pesaing 2. Kenaikan harga komoditas dan harga produksi yang meningkat	Strategi ST Menjaga kualitas kebutuhan barang pokok yang dijual	Strategi WT Melengkapi fasilitas pasar dan kebutuhan harga serta meningkatkan kebersihan agar pasar menjadi bersih dan membuat konsumen merasa senang dan nyaman

Matriks SWOT Pasar Sukasada

INTERNAL EKSTERNAL	Kekuatan (<i>Strengths</i>) 1. Pasar yang tertata, bersih, rapi dan berada di jalur strategis 2. Ragam varian dagangan dan kualitas barang dagangan yang bersaing	Kelemahan (<i>Weakness</i>) 1. Tata kelola yang belum maksimal 2. Pasar Sukasada yang kurang terkelola dan minimnya pengunjung yang berbelanja 3. Kurangnya promosi pasar dan promosi barang dagangan
	Peluang (<i>Opportunities</i>) 1. Bantuan dari pemerintah 2. Pambeli dari luar daerah dan kesediaan konsumen dalam berbelanja 3. Penambahan kios dan bangunan pasar yang baru	Strategi SO Meningkatkan kualitas pelayanan dan respon keluhan terhadap pedagang dengan adanya kebijakan dan bantuan dari pemerintah, meningkatkan mutu barang karena minat beli konsumen yang tinggi serta tetap menjaga kebersihan dan penataan pasar
Ancaman (<i>Threats</i>) 1. Pasar Modern disekitar pasar tradisional dan pedagang sekeliling 2. Biaya distribusi perbulan sangat besar 3. Kenaikan harga komoditas	Strategi ST Meningkatkan ragam varian dagangan dan kualitas barang serta melakukan kebijakan yang berkaitan dengan harga komoditas melonjak	Strategi WT Melengkapi promosi di media sosial agar konsumen mengetahui keberadaan pasar

Pembahasan

1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Dalam perbandingan Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada dengan konsep Matriks SWOT, dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi yang harus dilakukan Pasar Buleleng adalah meningkatkan kualitas pelayanan dan respon keluhan terhadap

pedagang dengan adanya kebijakan dan bantuan dari pemerintah serta meningkatkan mutu barang karena minat beli konsumen yang tinggi serta lebih meningkatkan kualitas kebutuhan barang pokok yang ada. Sedangkan untuk Pasar Sukasada bisa meningkatkan kualitas pelayanan dan respon keluhan terhadap pedagang dengan adanya kebijakan dan bantuan dari pemerintah, meningkatkan mutu barang karena minat beli konsumen yang tinggi serta tetap menjaga kebersihan dan penataan pasar.

2. Strategi ST (*Strength-Treaths*)

Dalam perbandingan Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada dengan konsep Matriks SWOT, strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh Pasar Buleleng untuk mengatasi ancaman, dengan berdasarkan strategi dapat dilakukan dengan menjaga kualitas kebutuhan barang pokok yang dijual. Sedangkan yang dilakukan Pasar Sukasada untuk mengatasi ancaman dengan meningkatkan ragam varian dagangan dan kualitas barang serta melakukan kebijakan kembali saat kenaikan harga komoditas melonjak.

3. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Dalam perbandingan Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada dengan konsep Matriks SWOT, berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Dengan ini strategi yang dapat

digunakan pada Pasar Buleleng yaitu dengan menerima bantuan dari pemerintah agar pasar menjadi bersih, lahan parkir yang bisa diperluas sehingga membuat konsumen merasa nyaman saat melakukan transaksi perbelanjaan. Selanjutnya strategi yang dapat digunakan di Pasar Sukasada yaitu dengan melengkapi bangunan pasar untuk menambah kios agar pedagang baru bisa membuka lapak, dengan adanya bantuan dari pemerintah Pasar Sukasada bisa melengkapi tata kelola yang belum maksimal.

4. Strategi WT (*Weakness-Treaths*)
Dalam perbandingan Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada dengan konsep Matriks SWOT, berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive (bertahan) dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Dalam strategi ini pada Pasar Buleleng dilakukan dengan melengkapi fasilitas parkir dan kebijakan harga serta meningkatkan kebersihan agar pasar menjadi bersih dan membuat konsumen merasa senang dan nyaman. Sedangkan strategi yang dapat digunakan di Pasar Sukasada dengan meningkatkan promosi di media sosial agar konsumen mengetahui keberadaan pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan dengan tujuan penelitian yang telah dipaparkan

dharmahartawan74@gmail.com

ISSN : 0853-8565

© 2019, STIE Satya Dharma Singaraja

<http://www.stiesatyadharmas.com>

email : stiesadhar@gmail.com

mengenai perbandingan Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada dengan konsep Analisis SWOT serta memperhatikan hasil penelitian dan pembahasan pada BAB V, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*) dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, perbandingan dari kedua pasar tersebut yaitu kualitas kebutuhan barang pokok, kebersihan pasar dan penataan pasar.
2. Strategi ST (*Strength-Treaths*) dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, perbandingan dari kedua pasar tersebut yaitu kualitas kebutuhan pokok dan ragam varian dagangan yang dijual
3. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*) dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, perbandingan dari kedua pasar tersebut yaitu lahan parkir.
4. Strategi WT (*Weaknesses-Treaths*) dari Pasar Buleleng dan Pasar Sukasada, perbandingan dari kedua pasar tersebut yaitu fasilitas parkir dan kebersihan pasar

DAFTAR PUSTAKA

Bani Astiti Asa Nugroho, Herbasuki Nur Cahyanto. *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Semarang*. Universitas Diponegoro.

- Dewi Retnowati, Nurcahyani. *Analisis CSF, SWOT dan TOWS Studi Kasus: PT Intan Pariwara Klaten*. Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto.
- Dewi Retnowati, Nurcahyani. *Analisis CSF, SWOT dan TOWS Studi Kasus: PT Intan Pariwara Klaten*. Sekolah Tinggi Teknologi Adisutjipto.
- HendraFure. 2013. *Lokasi, Keberagaman Prduk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehat Icalaca*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Prawitasari, Sri Yanti. 2010. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran Berdaya Saing (Studi pada Dealer Honda Tunggal Sakti di Semarang)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Rahmat Hidayat, Ricky Rahmat. 2018. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Server Pulsa Di Kota Batam (Studi Kasus Pada CV. Star Pratama)*. Politeknik Negeri Batam.
- Retnowati, Nurcahyani Retnowati. 2011. *Analisis CSF, SWOT, dan TOWS Studi Kasus PT Intan Pariwira Klaten*. Sekolah Tinggi Teknologi Aditsutjipto.
- Ustadus Sholihin. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Pada Perusahaan Kain Dan Sarung Tenun Ikat Cap Sinar Barokah Kediri*.
- Zuhrotun Nisak. *Analisis SWOT Untuk Menentukan Startegi Kompetitif*

dharmahartawan74@gmail.com

ISSN : 0853-8565

© 2019, STIE Satya Dharma Singaraja

<http://www.stiesatyadharmadharma.ac.id>

email : stiesadhar@gmail.com