

## ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PASAR TRADISIONAL DI KABUPATEN SUMBAWA

Mita Lestari<sup>1</sup>, Wahyu Haryadi<sup>2</sup>, Sri Rahayu<sup>3\*</sup>  
<sup>123</sup>Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: [rahmaayu272@gmail.com](mailto:rahmaayu272@gmail.com)

Article Info	Abstrak
<p><b>Article History</b> Received: 14 Agustus 2023 Revised: 17 Agustus 2023 Published: 31 Agustus 2023</p>	<p><i>This study aims to determine the strategy in increasing the competitiveness of traditional markets in Sumbawa Regency using SWOT analysis. The type of research used in this research is descriptive with a qualitative approach. The type of data used by researchers in this study is qualitative obtained directly from research informants. The informants in this study were all parties directly involved in the management of the Brang Biji traditional market, consisting of the Head of the Cooperative and MSME Services in Sumbawa Regency, market managers and traders at the Brang Biji traditional market. The primary data used in this study was collected using a structured interview method to be studied using a SWOT analysis. The results of this study indicate that the SWOT analysis in increasing the competitiveness of the Brang Biji traditional market is in quadrant I. The strategy that can be applied in this condition is to support aggressive policies (growth oriented strategy). This can be done by taking advantage of the strengths and opportunities they have to overcome the weaknesses and threats they face so as to increase the competitiveness of the traditional Brang Biji market. There are four alternative strategies generated through SWOT analysis to increase the competitiveness of the Brang Biji traditional market, namely the SO strategy which is carried out by utilizing existing strengths and opportunities, the ST strategy which is carried out by utilizing strengths to overcome the threats faced, the WO strategy which is carried out by minimizing weaknesses to be able to take advantage of existing opportunities, and WT strategies that are carried out by minimizing weaknesses and threats.</i></p>
<p><b>Keywords</b> SWOT Analysis; Competitiveness; Traditional Market.</p>	

### PENDAHULUAN

Peningkatan pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini menunjukkan tren positif seiring dengan pertumbuhan era globalisasi yang semakin pesat. Meningkatnya kondisi sosial ekonomi masyarakat di era globalisasi memberikan efek perubahan terhadap pola kehidupan dan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, lahirlah bermacam-macam fasilitas perbelanjaan sebagai pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya usaha baru yang tumbuh di tengah masyarakat salah satunya adalah pasar modern. Pasar modern yang berkembang pesat saat ini, bukan hanya bersaing dengan sesama pasar modern saja, tetapi juga menjadi saingan dan berpotensi mematikan pedagang kecil dan pasar tradisional. Pesatnya perkembangan pasar modern berdampak terhadap keberadaan pasar tradisional. Terutama lagi karena kurangnya pengawasan pemerintah terhadap pasar tradisional sehingga membuat pasar tradisional semakin tertinggal dan kalah bersaing dengan swalayan dan pusat perbelanjaan modern (Djayusman *et al.*, 2018).

Berbagai jenis pasar modern marak berdiri di berbagai daerah, salah satunya di Kabupaten Sumbawa. Hal ini menyebabkan timbulnya persaingan antara pasar modern dan pasar tradisional. Tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pasar modern saat ini sudah menjadi tuntutan dan konsekuensi dari gaya hidup masyarakat. Suasana pasar modern yang tampak bersih, rapi, dan nyaman menjadi daya tarik masyarakat untuk

berbelanja. Keinginan untuk mendapatkan kenyamanan, kebebasan, ataupun jaminan harga murah, dan kualitas baik menjadi bahan pertimbangan masyarakat.

Seiring meningkatnya perkembangan pasar modern, pasar tradisional yang pasarnya masyarakat lapis bawah cenderung dirugikan dengan hadirnya pasar modern. Masyarakat sudah terlanjur mempersepsikan pasar tradisional berada dalam kondisi yang tidak menyenangkan. Hal ini di tandai dengan keadaan yang becek, kumuh tidak tertib, banyaknya pedagang kaki lima yang membuka lapak di luar area resmi. Keadaan ini sangat tidak menyenangkan bagi konsumen, dan membuat kepuasan konsumen pasar tradisional menurun dan banyak yang beralih ke pasar modern (Purnawan, 2021).

Salah satu indikator menurunnya daya saing pasar tradisional dibandingkan pasar modern dibuktikan dari menyusutnya perkembangan pasar tradisional. Hal ini dibuktikan dalam catatan DPP Ikappi, ada sekitar 5 juta pedagang pasar dari 12 juta atau setara 43% pedagang pasar tradisional di berbagai daerah yang terpaksa tutup akibat sepi pasar dan minimnya pembeli. Sisanya sekitar 6,7 juta atau setara 57% pedagang pasar yang masih beroperasi, akan tetapi para pedagang ini sudah mengalami penurunan pendapatan sekitar 70%-90%, bahkan ada yang sudah tidak beroperasi sama sekali. Hal ini membuat para pedagang dan pengusaha bersusah payah mencari keuntungan (Alfin, 2021).

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dan ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar menawar. Sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan, pasar tradisional menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat karena menjadi tempat para pedagang memasarkan produk dan barang yang mereka jual dan merupakan representasi dari nilai-nilai tradisional. Keberadaan pasar tradisional sangat penting bagi masyarakat khususnya bagi masyarakat kalangan bawah karena barang-barang yang dijual pada pasar tradisional merupakan barang kebutuhan sehari-hari dan harganya juga lebih murah dan terjangkau bagi masyarakat (Angkasawati & Milasari, 2021).

Pasar tradisional memiliki peranan sangat penting bagi pemerintah karena merupakan salah satu sumber pendapatan asli daerah lewat retribusi yang ditarik dari para pedagang. Selain itu, pasar tradisional juga merupakan tempat yang relatif lebih bisa dimasuki oleh pelaku ekonomi lemah yang menempati posisi mayoritas, terutama yang bermodal kecil. Pasar tradisional juga berperan sebagai wadah bagi UMKM berkembang khususnya UMKM di bidang makanan dan kebutuhan rumah tangga sehingga pasar tradisional mempunyai prospek dan keuntungan yang cukup baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Andriani et al, 2022).

Melihat peran strategis pasar tradisional di atas, seharusnya pasar tradisional dengan keunggulannya dapat bersaing dengan pasar modern. Namun kenyataan menunjukkan bahwa keberadaan pasar tradisional belum dapat dimanfaatkan secara sinergis oleh para pengelola dan para pedagang pasar tradisional. Melemahnya penghargaan dan kebanggaan masyarakat terhadap hal-hal yang bermuatan tradisional sudah mulai tampak dengan terjadinya pergeseran tren berbelanja. Padahal, adanya daya tarik pasar tradisional yang unik sebagai bagian dari nilai tradisional yang didukung budaya lokal, sesungguhnya dapat dipandang sebagai peluang yang menjanjikan sepanjang mampu menggarapnya secara sinergis semua potensi yang dimiliki dan pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kondisi ini juga dihadapi pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar. Kondisi pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar yang becek, kotor, bau dengan sampah-sampah yang berserakan bahkan sampai menggantung sehingga menimbulkan kesan kumuh, bau, menjadikan pasar itu dijauhi dan masyarakat enggan ke pasar tersebut. Hal ini berdampak pada pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar yang kini mulai

tersisih karena para pembeli berkurang. Konsumen lebih memilih berbelanja di pasar-pasar modern yang lebih bersih, fasilitas yang lebih lengkap dan tempat kelihatan lebih tertata bagus sehingga para konsumen merasa lebih nyaman selama berbelanja di sana.

Hal ini bila tidak segera diantisipasi berbagai kelemahan yang masih ada saat ini, bisa saja menimbulkan persaingan yang semakin tidak berimbang antara pusat-pusat perbelanjaan pasar tradisional dan pasar modern. Bahkan, ketika terjadi perubahan perilaku masyarakat dengan melemahnya penghargaan dan kebanggaan terhadap pasar tradisional, bisa saja secara tidak langsung dapat menyebabkan pemiskinan secara terstruktur. Diantara berbagai kelemahan yang ada, lemahnya manajemen pasar termasuk dalam merumuskan arah yang jelas dalam operasionalnya menuju tujuan yang hendak dicapai.

Namun, dibalik kelemahan itu sesungguhnya masih terdapat kekuatan yang dapat dikembangkan. Kekuatan dimaksud antara lain masih adanya kebiasaan belanja pada masyarakat dengan sistem tawar-menawar. Diantara ancaman yang ada, ternyata bila lebih cermat diperhatikan masih terdapat peluang tersembunyi. Disinilah diperlukan analisis terhadap lingkungan, baik pada aspek eksternal maupun internal. Dengan melakukan analisis terhadap lingkungan eksternal dan internal, pasar tradisional akan dapat merumuskan strategi bisnis dengan tepat. Dengan perumusan dan penerapan strategi bisnis yang tepat akan dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional sehingga bisa tetap eksis dalam menjaga kestabilan perekonomian daerah, terutama ditengah menjamurnya pasar modern (Arafah, 2020).

Persoalan pasar tradisional yang eksistensinya semakin tergesur tidak hanya membutuhkan perhatian dan peran pemerintah dalam konteks menjaga stabilisasi iklim usaha, tetapi juga adanya partisipasi aktif dari masyarakat dalam menciptakan pasar tradisional yang memiliki daya saing. Ketika aturan untuk mengontrol usaha ritel modern tidak mampu untuk mengatasi keterpurukan yang dirasakan pasar tradisional dan revitalisasi pasar yang membutuhkan waktu yang panjang, maka partisipasi dan inovasi pedagang sangat penting untuk dilakukan.

Untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional agar pasar tradisional berjalan dengan normal dan terjamin keberlangsungannya dan pasar tradisional tidak merasa dirugikan dengan keberadaan pasar modern, peran aktif pedagang sangat penting. Para pedagang harus mampu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen agar dapat bersaing dengan pasar modern. Pedagang di pasar tradisional harus mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam memilih produk yang mereka jual. Selain itu, para pedagang juga perlu memperbaiki tampilan produk mereka agar dapat menarik minat konsumen sehingga tetap menjadi tempat favorit bagi banyak orang untuk berbelanja (Sonatasia et al., 2020).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian secara lebih mendalam untuk mengetahui strategi dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar menggunakan pendekatan analisis SWOT. Hal itu dikarenakan potensi yang dimiliki pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar harus dikelola dan dikembangkan secara progresif akan mampu bersaing dengan pasar-pasar modern sehingga keberlangsungan pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar sebagai bagian dari keanekaragaman budaya dan ekonomi Indonesia dapat terjaga dan pada gilirannya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Kabupaten Sumbawa.

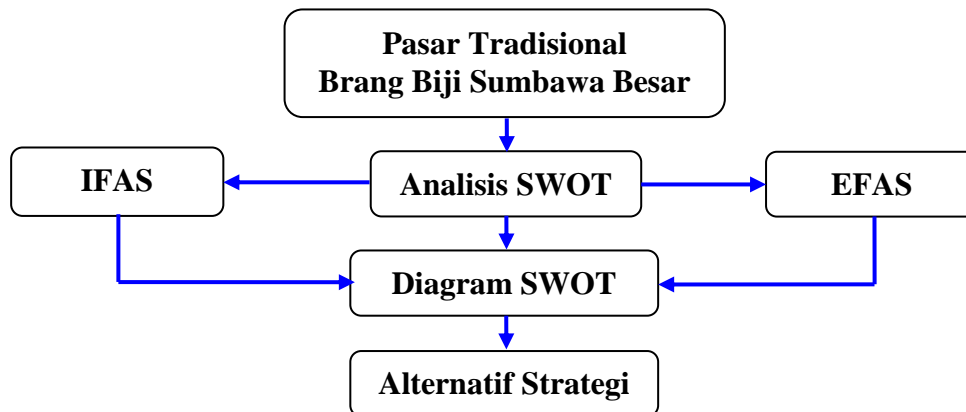
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi oleh pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar. Dengan memahami kondisi lingkungan pada aspek eksternal maupun internal pasar, diharapkan dapat membantu pemerintah, pengelola pasar dan pedagang dalam merancang kebijakan

yang dapat membantu pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar untuk tetap eksis dan berkelanjutan di era yang semakin modern ini.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Punaji Setyosari (2020) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendiskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata. Penggunaan jenis penelitian deskriptif mengacu pada masalah yang akan penulis teliti, yaitu mengenai analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional di Kabupaten Sumbawa. Pasar tradisional yang menjadi lokasi penelitian ini adalah pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar. Alur penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka konseptual penelitian berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Menurut Sugiyono (2020), data kualitatif merupakan data yang disajikan dalam bentuk kata-kata verbal bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif pada penelitian ini merupakan persepsi informan penelitian mengenai strategi dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar yang diperoleh melalui wawancara.

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber primer. Menurut Arikunto (2020), data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah persepsi informan penelitian yang dikumpulkan melalui wawancara.

### Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan individu yang bersedia memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Menurut Meleong (2021), informan adalah individu atau orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Melalui informan, peneliti dapat mengetahui segala sumber informasi mengenai hal yang menjadi objek penelitian. Berdasarkan definisi tersebut, maka informan dalam penelitian ini adalah seluruh pihak yang terlibat dalam pengelolaan pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar, yang terdiri atas Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sumbawa, pengelola pasar dan para pedagang di pasar Brang Biji.

## Teknik Pengumpulan Data

Data primer yang digunakan pada penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode wawancara terstruktur. Menurut Kriyantono (2021), wawancara terstruktur adalah percakapan antara periset (seseorang yang ingin mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang dinilai mempunyai informasi penting terhadap satu objek) dengan menggunakan panduan wawancara yang berasal dari pengembangan topik dan mengajukan pertanyaan dan penggunaan lebih fleksibel daripada wawancara. Pada penelitian ini, penulis menggunakan wawancara terstruktur dengan terlebih dahulu menyusun daftar pertanyaan tertulis secara berurutan untuk kemudian diajukan kepada nara sumber. Adapun materi yang disusun dalam pedoman wawancara ini untuk mendapatkan informasi mengenai strategi dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional di Kabupaten Sumbawa dengan menggunakan indikator SWOT.

## Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis SWOT. Kotler dan Keller (2019) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategis yang terbagi dua faktor berupa *external factor* dan *internal factor*. Faktor yang berasal dari luar atau eksternal berperan dalam pemantauan lingkungan mikro maupun makro ekonomi melalui peluang serta ancaman (*opportunities and threats*) yang berhubungan dengan organisasi. Sedangkan faktor internalnya berupa *strength* untuk mengevaluasi kekuatan dan *weakness* untuk mengevaluasi kelemahan perusahaan. Semakin jelas pengetahuan akan *strength* dan *weakness*, semakin kecil *opportunities* yang tidak tercapai. Peluang yang baik dapat digunakan untuk melawan ancaman, selain itu kelemahan dapat diatasi melalui kekuatan perusahaan.

Dalam penelitian ini, data yang telah dikumpulkan dianalisis secara deskriptif dengan mengadopsi dan mengadaptasi model analisis SWOT untuk mengkaji faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal dalam hal ini adalah *strengths* (kekuatan atau potensi) dan *weakness* (kelemahan dan kendala), sedangkan faktor eksternal adalah *opportunities* (peluang) dan *threats* (ancaman). Namun, sebelum membuat matrik SWOT, terlebih dahulu membuat matrik strategi analisis faktor internal (IFAS) dan strategi analisis faktor eksternal (EFAS).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Penyajian Data Hasil Penelitian

#### 1. Situasi Internal dan Eksternal

Berdasarkan data yang telah penulis kumpulkan melalui pengamatan langsung di lapangan, penyebaran kuesioner dan wawancara serta pengkajian terhadap dokumen dan literatur yang ada, diperoleh informasi tentang faktor internal dan eksternal dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar. Berikut disajikan tabel matriks strategi faktor internal (IFAS) dan matriks strategi faktor eksternal (EFAS).

##### a. Matriks Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)

Menurut Fahmi (dalam Sarita & Suprianto, 2022), faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths* dan *weaknesses*. Faktor ini terkait kondisi yang terjadi dalam perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor internal ini meliputi pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.

Berikut disajikan hasil identifikasi faktor internal pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar.

**Tabel 1. Matriks Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)**

Faktor Strategis Eksternal (IFAS)	Bobot (B)	Rating (R)	Skor (B x R)
<b>Kekuatan (Strength)</b>			
Proses pemungutan retribusi yang baik	0.16	4	0.64
Lokasi strategis yang berada di pusat kota Sumbawa Besar	0.20	4	0.80
Harga yang ditawarkan pedagang terjangkau	0.16	3.5	0.56
<b>Total Kekuatan</b>			<b>2.00</b>
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
Penggunaan jalan sebagai lahan parkir	0.16	2	0.32
Fasilitas MCK kurang memadai	0.16	2	0.32
Kebersihan lorong pasar dan lapak yang masih kurang	0.16	1	0.16
<b>Total Kelemahan</b>			<b>0.80</b>
<b>Total IFAS</b>	<b>1</b>		<b>2.80</b>

Sumber: Data primer (diolah), 2021.

Berdasarkan data IFAS yang disajikan dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar memiliki kekuatan yang lebih besar dari pada kelemahannya ( $2.00 > 0.80$ ), dan total skor faktor internal adalah sebesar 2.80 berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar memiliki potensi dalam meningkatkan daya saingnya dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan atau hambatan yang dihadapi.

b. *Matriks Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS)*

Menurut Fahmi (dalam Sarita & Suprianto, 2022), faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* dan *threats*. Faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

Berikut disajikan hasil identifikasi faktor eksternal kawasan pariwisata Samota Kabupaten Sumbawa.

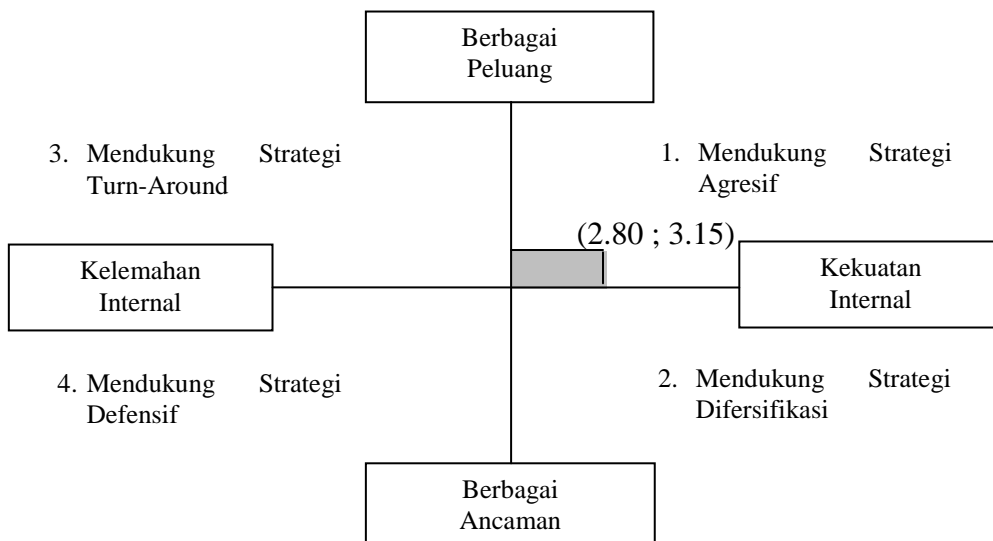
**Tabel 2. Matriks Eksternal Factor Analysis Strategy (EFAS)**

Faktor EFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang (Opportunities)</b>			
Daya beli konsumen yang tinggi	0.18	3	0.54
Kebiasaan belanja dengan tawar menawar	0.18	3	0.54
Kemajuan teknologi dan komunikasi	0.18	4	0.72
<b>Total Peluang</b>			<b>1.80</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>			
Keberadaan pasar modern	0.13	3	0.36
Kurangnya pengawasan dari pihak pengelola	0.15	3	0.45
Dampak pandemi terhadap perekonomian nasional	0.18	3	0.54
<b>Total Ancaman</b>			<b>1.35</b>
<b>Total EFAS</b>	<b>1</b>		<b>3.15</b>

Sumber: Data primer (diolah), 2021.

Berdasarkan data EFAS yang disajikan dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar memiliki peluang yang lebih besar dari pada ancaman yang ada ( $1.80 > 1.35$ ), dan total skor faktor eksternal adalah sebesar 3.15 berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar memiliki potensi dalam meningkatkan daya saingnya dengan dengan memaksimalkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman yang dihadapi.

Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS tersebut, maka dapat ditentukan posisi kuadran daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar, yaitu sebagai berikut (Silasih & Sulaeman, 2020).



**Gambar 2. Diagram SWOT Pasar Tradisional Brang Biji Sumbawa Besar**

Berdasarkan gambar diagram SWOT daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar menunjukkan bahwa titik potong (2.80;3.15) berada pada kuadran I. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*growth oriented strategy*). Hal itu dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi sehingga dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar.

**2. Analisis SWOT**

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan beberapa alternatif strategi yang bisa diterapkan dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar. Berdasarkan situasi internal dan eksternal pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar, maka dapat dirumuskan strategi dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar yang disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 3. Matriks SWOT Pasar Tradisional Brang Biji Sumbawa Besar**

<b>Faktor Internal (IFAS)</b>  <b>Faktor Eksternal (EFAS)</b>	<b>Kekuatan - S</b>	<b>Kelemahan - W</b>
	1. Proses pemungutan retribusi yang baik 2. Lokasi strategis yang berada di pusat kota Sumbawa Besar 3. Harga yang ditawarkan pedagang terjangkau.	1. Penggunaan jalan sebagai lahan parkir 2. Fasilitas MCK kurang memadai 3. Kebersihan lorong pasar dan lapak yang masih kurang.

<p><b>Peluang – O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya beli konsumen yang tinggi</li> <li>2. Kebiasaan belanja dengan tawar menawar</li> <li>3. Kemajuan teknologi dan komunikasi.</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan mutu produk untuk menarik minat pembeli</li> <li>2. Selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan</li> <li>3. Kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk kepada konsumen, salah satunya dengan melakukan promosi secara online.</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat program kerja pengelolaan pasar</li> <li>2. Membangun fasilitas sanitasi dan kebersihan</li> <li>3. Menertibkan tukang parkir.</li> </ol>
<p><b>Ancaman - T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keberadaan pasar modern</li> <li>2. Kurangnya pengawasan dari pihak pengelola</li> <li>3. Dampak pandemi terhadap perekonomian nasional.</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan keunikan sehingga menjadi ciri khas yang dapat diingat oleh pelanggan</li> <li>2. Mejual produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar dan konsumen</li> <li>3. Meningkatkan variasi jenis dan merek produk yang dijual.</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Koordinasi dengan pihak terkait untuk melakukan renovasi fasilitas pasar</li> <li>2. Meningkatkan kualitas SDM pasar melalui program pengembangan, seperti sosialisasi dan pelatihan.</li> </ol>

Sumber: Data primer (diolah), 2021.

Tabel 3 di atas menunjukkan faktor-faktor strategis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terdapat pada pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar. Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dirumuskan empat macam strategi dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar, yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman) dan strategi WT (kelemahan-ancaman).

## Pembahasan

Matriks SWOT digunakan untuk merumuskan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah, pengelola dan pedagang dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar. Matriks SWOT menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu strategi SO, strategi WO, strategi ST dan strategi WT.

### 1. Strategi SO

Strategi SO dilaksanakan dengan memanfaatkan kekuatan (*strength*) yang dimiliki untuk dapat mengoptimalkan semua peluang (*opportunities*) yang ada. Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu:

#### a. Meningkatkan mutu produk untuk menarik minat pembeli

Mutu atau kualitas produk merupakan salah satu hal utama yang diperhatikan dalam pengusaha karena dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Hal itu seiring semakin bertambah dewasanya pikiran pelanggan dalam mempertimbangkan suatu produk yang dipilihnya, dan salah satunya akan sangat bergantung kepada kualitas produk itu sendiri.

#### b. Selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan

Para pedagang di pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar harus selalu memberikan pelayanan yang optimal kepada setiap konsumen. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan akan memberikan kepuasan pada konsumen sehingga memberikan citra yang baik di mata konsumen.

- c. Kreatif dan inovatif dalam memasarkan produk kepada konsumen, salah satunya dengan melakukan promosi secara online

Perkembangan teknologi informasi memberikan dampak positif bagi dunia bisnis. Para pengusaha dapat memanfaatkan media informasi sebagai sarana promosi dan pemasaran secara online sehingga dapat dikenal secara global. Dampak yang paling nyata dengan melakukan promosi secara online adalah dapat menjangkau pasar konsumen yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan profit.

## 2. Strategi ST

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan (*strength*) untuk mengatasi ancaman (*threats*). Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu:

- a. Menciptakan keunikan sehingga menjadi ciri khas yang dapat diingat oleh pelanggan

Salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan adalah dengan menciptakan keunikan yang menjadi ciri khasnya. Adanya keunikan yang menjadi ciri khas dapat memberikan kesan yang ada dibenak konsumen sehingga akan selalu diingat oleh konsumen.

- b. Mejual produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar dan konsumen

Peningkatan persaingan di bidang usaha menuntut setiap orang yang berkecimpung dalam bisnis agar mampu memperhatikan kebutuhan, keinginan serta harapan pelanggan agar tercipta kepuasan pelanggan. Pola konsumsi masyarakat yang selalu berubah-ubah menuntut para pengusaha untuk dapat merespon dengan menyediakan produk-produk yang sesuai kebutuhan dan keinginan pasar dan konsumen.

- c. Meningkatkan variasi jenis dan merek produk yang dijual

Saat ini konsumen melakukan pembelian tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk memenuhi standar keinginan mereka. Oleh karenanya, pengusaha harus dapat memenuhi keduanya, salah satunya dengan menyediakan produk yang bervariasi. Semakin beragam produk yang dijual, maka akan semakin banyak memberikan pilihan bagi konsumen sehingga konsumen akan semakin puas.

## 3. Strategi WO

Strategi WO dilakukan dengan meminimalisir kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki untuk dapat mengoptimalkan semua peluang (*opportunities*) yang ada. Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu:

- a. Membuat program kerja pengelolaan pasar

Pengelolaan yang baik merupakan elemen penting untuk memastikan organisasi bekerja sesuai dengan kepentingan anggotanya. Melalui pengelolaan yang baik, organisasi dapat memelihara kepercayaan anggota, meningkatkan reputasi serta memengaruhi anggota-anggotanya melalui interaksi yang dibangunnya. Kegagalan diterapkannya pengelolaan yang baik dalam organisasi tidak hanya berdampak negatif terhadap reputasi, tetapi juga mengurangi efektifitas organisasi.

- b. Membangun fasilitas sanitasi dan kebersihan

Dalam menunjang aktivitas pasar diperlukan adanya fasilitas-fasilitas yang dapat mendukung keberlangsungan kegiatan perdagangan pasar. Adanya fasilitas yang memadai tersebut dapat memberikan kenyamanan bagi pemakainya sehingga dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung.

c. Menertibkan tukang parkir

Salah satu yang harus diperhatikan oleh pengelola pasar-pasar tradisional adalah ketersediaan infrastruktur parkir yang baik. Ketidakseimbangan antara jumlah kendaraan dengan fasilitas parkir seringkali penyebab timbulnya permasalahan sehingga mempengaruhi kenyamanan pengunjung.

4. Strategi WT

Strategi WT dilakukan dengan meminimalisir kelemahan (*weaknesses*) serta menghindari ancaman (*threats*). Alternatif strategi yang dihasilkan, yaitu:

a. Koordinasi dengan pihak terkait untuk melakukan renovasi fasilitas pasar

Salah satu faktor yang menyebabkan kemunduran pasar tradisional dibandingkan pasar modern adalah rendahnya kualitas fasilitas pasar. Oleh karenanya, pihak pengelola pasar harus selalu berkoordinasi dengan instansi-instansi terkait untuk menambah sarana dan prasarana pasar yang memadai agar para pengunjung merasa nyaman selama berada di area pasar.

b. Meningkatkan kualitas SDM pasar melalui program pengembangan, seperti sosialisasi dan pelatihan

Kesuksesan dalam bidang apapun, tidak terkecuali bisnis akan sangat ditentukan oleh SDM pelaksananya sendiri. Oleh karena itu, SDM pengelola pasar tradisional Brang Biji harus selalu berupaya untuk meningkatkan kualitasnya dengan mengikuti berbagai program pengembangan diri, seperti sosialisasi dan pelatihan yang bertujuan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis SWOT dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar berada pada kuadran I. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan yang agresif (*growth oriented strategy*). Hal itu dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi sehingga dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar. Ada empat alternatif strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar, yaitu strategi SO yang dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, strategi ST yang dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi ancaman yang dihadapi, strategi WO yang dilakukan dengan meminimalisir kelemahan untuk dapat memanfaatkan peluang yang ada, dan strategi WT yang dilakukan dengan meminimalisir kelemahan dan ancaman.

## SARAN

Dalam rangka untuk menjamin eksistensi pasar tradisional tetap terjaga dan tidak kalah dengan pasar modern, maka kebijakan-kebijakan sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional Brang Biji Sumbawa Besar harus diciptakan dan dilaksanakan. Adapun saran yang dapat diajukan sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan agar dapat memperbaiki kondisi internal pasar, seperti membangun fasilitas pasar yang memadai dan menjaga kebersihan lingkungan pasar. Hal itu bertujuan untuk memberikan rasa nyaman bagi masyarakat yang datang berkunjung, karena salah satu faktor yang menyebabkan kemunduran pasar tradisional dibandingkan pasar modern adalah rendahnya kualitas fasilitas dan kebersihan pasar.

## 2. Bagi Pengelola Pasar

Pengelola pasar tradisional Brang Biji harus selalu berupaya untuk meningkatkan kualitasnya dengan mengikuti berbagai program pengembangan diri, seperti sosialisasi dan pelatihan yang bertujuan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan. Selanjutnya, pengelola pasar tradisional Brang Biji harus konsisten berkoordinasi dengan para pedagang untuk mengetahui kebutuhan pasar sehingga dapat dilakukan pengelolaan pasar yang lebih baik.

## 3. Bagi Para Pedagang

Bagi para pedagang diharapkan untuk melakukan berbagai upaya dalam meningkatkan daya saing menghadapi persaingan utamanya dengan kehadiran pasar modern, salah satunya dengan menerapkan strategi yang adaptif dan inovatif memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM dalam Menghadapi Krisis di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, Vol. 1(8): 1543-1552.
- Andriani, U., Amalia Nur Hidayati, A.M., Alhada, M., & Habib, F. (2022). Strategi Pemasaran Pedagang Pasar Tradisional Megaluh Jombang dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sinar Manajemen*, Vol. 9(2): 286-296.
- Angkasawati, & Milasari, D. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung. *Publiciana: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 14(1): 169-187.
- Arafah, M. (2020). Analisis SWOT Pedagang Pasar Palakka Dalam Menghadapi Persaingan Usaha. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 3(1): 131-142.
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Djayusman, R.R., Ahmad Lukman Nugraha, A.L., & Umam, K. (2018). Analisa Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Songgolangit Kabupaten Ponorogo). *Islamic Economics Journal*, Vol. 4(2): 181-202.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (Disertai Contoh Praktis)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Moleong, L.J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purnawan, A. (2021). Eksistensi Pasar Tradisional dan Pedagang Kaki Lima Dalam Mendukung Sektor Pariwisata di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Mentari Publika*, Vol. 1(2): 125-130.
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, Vol. 1(1): 11-25.



- Sarita, M., & Suprianto. (2022). Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Lapak Taman Genang Genis Sumbawa Besar. *Samalewa: Jurnal Riset dan Kajian Manajemen*, Vol. 2(1): 50-58.
- Setyosari, P. (2020). *Desain Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Silasih, & Sulaeman, M. (2020). *Analisis SWOT: Konsep dan Praktiknya Pada Bidang Bisnis*. Banyumas: CV. Rizquna.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.