

Strategi Pengembangan Pasar Waru di Kabupaten Panajam Paser Utara Berdasarkan Faktor-Faktor Kenyamanan Berbelanja

Development Strategy of Pasar Waru in Penajam Paser Utara Regency Based on Shopping Comfort Factors

Rizky Bobby Anggoro^a, Mega Ulimaz^a, Elin Diyah Syafitri^{a*}

^a Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian terkait infrastruktur perkotaan dengan fokus pengembangan pasar tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan pasar tradisional di Kecamatan Waru Kabupaten Penajam Paser Utara berdasarkan kenyamanan berbelanja konsumen. Pasar Waru merupakan pasar satu – satunya di Kecamatan Waru. Pasar Waru memiliki beberapa permasalahan yang dinilai dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen untuk berbelanja, seperti permasalahan ruang gerak konsumen yang sempit, bau yang kurang sedap akibat dari kebersihan Pasar Waru yang rendah, dan kondisi beberapa koridor pasar yang terdapat genangan pada saat hujan. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT IFAS EFAS. Terdapat tujuh faktor internal yang mempengaruhi kenyamanan, yaitu keamanan pasar, pencahayaan pasar, kemudahan mobilitas konsumen, kebersihan pasar, kebersihan kios pedagang, keleluasaan konsumen bermobilitas, dan aroma di dalam pasar. Selain itu juga terdapat enam faktor eksternal yang mempengaruhi kenyamanan berbelanja di Pasar Waru, yaitu kemudahan mendapatkan harga murah, ketelitian pedagang, letak pasar terhadap tempat tinggal, kebisingan dari luar pasar, durasi operasional, dan gangguan curah hujan. Terdapat tiga strategi pengembangan untuk Pasar Waru, yaitu peningkatan kualitas bak sampah, pembangunan saluran pembuangan dan pengolahan limbah, serta renovasi bangunan pasar.

Kata kunci: Kenyamanan; Pasar Tradisional; Strategi Pengembangan.

Abstract

This is a research related to the urban infrastructure with the focus on traditional markets. This study aims to determine the strategy of developing traditional markets at Waru District of Penajam Paser Utara Regency based on the convenience of shopping for consumers. Pasar Waru is the only market in Waru District. Pasar Waru has several problems that are considered could affect the convenience of shopping for costumers, such as limited space for consumer to shop, unpleasant smell due to the lack of cleanliness of Pasar Waru, and the condition of some market corridors that are inundated when the rain comes. This study using the IFAS EFAS SWOT analysis. There are seven internal factors which effect comfortness such as, market level of security, lighting for the market, consumer ease of mobility, market cleanliness, merchant stall cleanliness, consumer ease for mobility, and market scent. In addition, there are six external factors that could affect the convenience of shopping at Waru Market, which are the ease of getting cheap price, seller's accuracy, the location of the market from residence, noise from outside the market, operational duration, and rainfall disruptions. There are three development strategies for the Waru Market, namely improving the quality of the trash, construction of sewer and processing treatment, and renovation of the market building

Keyword: Comfort; Traditional Markets; Development Strategies

* Corresponding author. Rizky Bobby Anggoro
E-mail address: rizkybobby26@gmail.com.

1. Pendahuluan

Pasar tradisional merupakan tempat atau wadah sarana bertemunya penjual dan pembeli yang memiliki sistem pengelolaan secara tradisional pula (Rahayu dan Bahri, 2014). Umumnya pasar tradisional dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena pada pasar tradisional terdapat sebuah interaksi supply dan demand (Mankiv, 2008). Berbeda dengan pasar modern, pasar tradisional memiliki sistem transaksi penjualan melalui proses tawar-menawar harga hingga mendapatkan kesepakatan harga antara penjual dan pembeli (Asribestari, 2013). Pada era moderen saat ini, persaingan dunia perdagangan semakin ketat khususnya antara pasar tradisional dengan pasar modern atau retail modern (Masyhuri, 2017). Menurut Nel Ariyanti (2013), pada dasarnya konsumen lebih merasa puas ketika berbelanja di pasar modern dibandingkan berbelanja di pasar tradisional karena konsumen merasa akan lebih mendapatkan kenyamanan di pasar modern. Firman (2016) berpendapat bahwa kenyamanan tempat belanja memiliki pengaruh yang cukup besar dalam mempengaruhi konsumen memilih tempat berbelanja, dimana kenyamanan berbelanja saat ini telah menjadi kebutuhan atau penilaian utama konsumen dalam berbelanja karena konsumen tidak hanya sebatas untuk membeli dan memenuhi kebutuhan melainkan juga untuk menghibur diri (Masyhuri, 2017). Menurut Hutagalung (2015) kenyamanan bersifat individual, yang artinya sebuah rasa senang dan sejahtera yang dirasakan oleh individu tersebut. Jika dilihat dari segi perbelanjaan, kenyamanan adalah tempat dimana konsumen atau pengunjung merasa yakin untuk melakukan pembelian (Khair, 2013). Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan kenyamanan konsumen, maka secara tidak langsung juga mendukung eksistensi dari pasar tradisional itu sendiri.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Penajam Paser Utara (2018), Kabupaten Penajam Paser Utara terdiri dari 4 kecamatan dan memiliki 26 unit pasar yang tersebar di setiap kecamatannya guna memenuhi kebutuhan sehari – hari masyarakat. Salah satu pasar yang terdapat di Kabupaten Penajam Paser Utara adalah Pasar Waru yang terletak di Kelurahan Waru, Kecamatan Waru. Pasar Waru tergolong dalam pasar tradisional sebab sistem pengelolaan transaksi perdagangan masih menggunakan metode dengan sifat yang relatif sederhana, dimana menurut Rahayu dan Bahri (2014) sebuah pasar yang masih menggunakan metode transaksi yang sederhana dan tradisional dapat dikatakan pasar tradisional. Berdasarkan data pedagang dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Penajam Paser Utara, Pasar Waru menampung sebanyak 404 pedagang dan beroperasi sebanyak 2 hari dalam seminggu dan berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 7 Tahun 2017 Pasar Waru tergolong pasar tradisional tipe C. Berdasarkan RTRW Kabupaten Penajam Paser Utara Tahun 2013 – 2033 Pasar Waru yang terletak di Kecamatan Waru termasuk dalam sarana untuk mendukung Pusat Pelayanan Kota (PPK) skala kecamatan di Kecamatan Waru.

Pasar Waru dilengkapi dengan sarana persampahan berupa 1 unit bak sampah yang ditujukan untuk menampung sampah pedagang dan sampah rumah tangga masyarakat sekitar. Berdasarkan hasil observasi, bak sampah yang telah tersedia masih belum mampu menampung secara keseluruhan sampah pedagang dan sampah rumah tangga masyarakat sekitar. Hal ini menjadikan kebersihan Pasar Waru rendah dan koridor – koridor yang belum mengalami perkerasan akan tergenang ketika hujan sehingga pasar terkesan kotor karena koridor pasar menjadi berlumpur. Rendahnya kebersihan Pasar Waru juga disebabkan oleh ketidakterediaan sarana persampahan pada kios – kios pedagang. Hal ini menjadikan sampah – sampah pedagang berserakan di sekitar kios atau lapak, khususnya pada saat jam operasional pasar berlangsung. Selain itu, Pasar Waru tidak dilengkapi dengan fasilitas penampung air limbah, sehingga pedagang ikan hanya membuang air limbah ikannya pada area kios dan menjadikan kebersihan kios semakin rendah. Kios pedagang, khususnya pedagang yang membuka lapak hanya menggunakan alas terpal akan menjadi semakin kotor ketika hujan, karena koridor yang berlumpur dari koridor yang belum mengalami perkerasan dapat mengotori lapak dan kios pedagang. Kondisi kebersihan ini juga menyebabkan bau yang tidak sedap pada Pasar Waru, yang disebabkan oleh tumpukan sampah yang tidak tertampung dan buangan limbah pedagang ikan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pasar, kondisi bau ini akan semakin buruk jika air hujan masuk dan bercampur dengan sampah – sampah yang ada di area pasar. Meskipun koridor Pasar Waru masih ada yang belum mengalami perkerasan, namun keberadaan koridor di Pasar Waru sangat membantu konsumen untuk berpindah di dalam pasar, karena seluruh area di Pasar Waru terhubung dengan baik oleh koridor pasar. Hal ini memudahkan konsumen untuk

menuju area – area yang ada di Pasar Waru. Berdasarkan hasil observasi, Pasar Waru memiliki koridor yang sempit karena letak kios pedagang yang terlalu dekat sehingga mengurangi ruang gerak konsumen ketika berjalan di dalam Pasar Waru. Pasar Waru tidak dilengkapi dengan jaringan listrik, sehingga sumber pencahayaan Pasar Waru tidak berasal dari lampu – lampu listrik melainkan berasal dari pencahayaan matahari. Dengan pencahayaan yang berasal dari sinar matahari, terdapat bagian – bagian pasar yang tidak mendapatkan pencahayaan matahari secara maksimal karena terhalang oleh kios – kios pedagang yang jaraknya terlalu dekat satu sama lain. Pasar Waru juga tidak dilengkapi dengan fasilitas keamanan, baik berupa petugas keamanan atau sarana keamanan seperti pos penjagaan atau kamera pengawas. Walaupun tidak dilengkapi dengan fasilitas keamanan, namun berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung pasar dan pedagang di Pasar Waru didapatkan hasil bahwa keamanan di Pasar Waru relatif baik karena di Pasar Waru memiliki intensitas kriminalitas yang rendah.

Pasar Waru yang merupakan pasar tradisional tentunya cukup mudah bagi konsumen untuk mendapatkan harga beli barang yang murah, baik melalui tawar menawar atau harga jual dari pedagang yang relatif murah. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung Pasar Waru, diketahui bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan pedagang, karena pedagang Pasar Waru memiliki kemampuan berhitung yang relatif tinggi dengan rendahnya kesalahan perhitungan harga yang dilakukan pedagang. Berdasarkan data yang didapatkan dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Penajam Paser Utara, Pasar Waru beroperasi sebanyak 2 kali dalam seminggu dengan durasi operasional selama 5 jam dalam satu kali operasional. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung Pasar Waru, dengan durasi operasional selama 5 jam dalam satu kali operasional ini sudah dirasa cukup untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya. Secara eksisting, Pasar Waru terletak pada ruas jalan arteri yang menghubungkan antara Kabupaten Penajam Paser Utara dengan Kabupaten Paser dan menghubungkan Provinsi Kalimantan Timur dengan Provinsi Kalimantan Selatan. Meskipun terletak pada ruas jalan arteri, Pasar Waru terletak pada area permukiman dimana jarak antara Pasar Waru dengan permukiman terdekat tidak lebih dari 100 meter. Dengan dikelilingi oleh permukiman, maka tingkat kebisingan yang berasal dari luar pasar tidak begitu mengganggu kegiatan di dalam Pasar karena tidak ada suara yang terlalu bising.

Berdasarkan kondisi eksisting di Pasar Waru, diketahui masih banyak terdapat aspek – aspek yang masih kurang maksimal sehingga dapat mempengaruhi kenyamanan berbelanja konsumen di Pasar Waru. Dengan demikian perlu adanya perbaikan melalui pengembangan Pasar Waru, mengingat kenyamanan juga secara tidak langsung juga dapat mempengaruhi eksistensi sebuah pasar tradisional. Menurut Wahyudi (2019), pasar tradisional adalah bentuk dari ekonomi kerakyatan di Indonesia. Dengan demikian maka, eksistensi Pasar Waru harus selalu dijaga dengan salah satu langkah melakukan perbaikan atau pengembangan pada aspek – aspek yang dianggap masih kurang memberikan kenyamanan berbelanja kepada konsumen.

2. Metode

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif, dimana penilaian dilakukan berdasarkan persepsi atau penilaian dari beberapa sampel responden. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi pengembangan yang dapat dilaksanakan untuk meningkatkan kenyamanan berbelanja konsumen di Pasar Waru Kabupaten Penajam Paser Utara. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT IFAS EFAS. Metode SWOT IFAS EFAS digunakan untuk merumuskan strategi yang didasarkan pada kondisi eksisting, baik kondisi dari dalam pasar ataupun kondisi dari luar pasar atau kondisi yang tidak dapat dikendalikan. Dalam menggunakan metode penelitian SWOT IFAS EFAS, maka perlu terlebih dahulu diketahui atau diklasifikasikan unsur – unsur SWOT berupa kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat). Yang tergolong dalam komponen internal adalah kondisi fisik pasar, seperti kondisi kebersihan pasar dan kios, kondisi dan sumber pencahayaan pasar, kondisi sirkulasi konsumen yang meliputi kemudahan dan keleluasaan konsumen untuk bermobilitas, keamanan pasar, dan aroma di dalam pasar. Dan yang tergolong dalam komponen eksternal adalah kondisi di non fisik dari pasar, seperti pelayanan, kebijakan, cuaca dan lain – lain. Strategi pengembangan didapatkan berdasarkan hasil matriks yang dilakukan antar kondisi eksisting komponen kekuatan di matrikskan dengan komponen peluang dan ancaman, dan begitu pula dengan komponen kelemahan akan di matrikskan dengan komponen peluang dan ancaman. Dan

hasil matriks tersebut akan diberi skor dan bobot untuk menentukan strategi yang akan digunakan.

3. Kajian literatur

3.1 Pasar

Menurut Sulistyono (2010), pasar secara luas diartikan sebagai wadah kota untuk berkumpulnya pedagang dan pembeli serta berfungsi sebagai penampung barang dagangan. Pendefinisian tersebut juga selaras dengan pendefinisian pasar secara hukum, dimana berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 pasar merupakan tempat bertemu dan bertransaksinya penjual dengan pembeli serta memiliki lokasi yang konkret atau nyata. Pendapat yang dikemukakan oleh Mankiv (2008) semakin mendukung pernyataan mengenai pasar di atas, dimana pasar terbentuk karena adanya transaksi atau interaksi antara penjual dan pembeli akibat dari adanya demand dan supply. Dengan ini maka, dapat disimpulkan bahwa pasar merupakan sebuah wadah konkret yang terbentuk karena adanya interaksi antara penjual dan pembeli sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan konsumen dari penyediaan kebutuhan oleh pedagang.

3.2 Pasar Tradisional

Pasar tradisional merupakan turunan dari pengertian pasar secara luas yang memiliki sistem pelayanan tradisional serta lebih simpel jika dibandingkan pasar modern (Rahayu dkk, 2014). Pasar tradisional merupakan sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli dan saling melakukan tawar menawar harga hingga mencapai kesepakatan antara kedua belah pihak (Asribestari, 2013). Menurut Rizal (2013) pasar tradisional memiliki posisi yang cukup vital bagi perekonomian kerakyatan, dimana hal serupa dikemukakan juga oleh Wahyudi (2019) yang mengemukakan bahwa pasar tradisional merupakan bentuk dari ekonomi kerakyatan di Indonesia. Dengan ini maka dapat disimpulkan bahwa pasar tradisional merupakan tempat bertransaksinya penjual dan pembeli berupa kegiatan tawar menawar harga dengan sistem pelayanan masih tradisional. Keberadaan pasar tradisional juga menjadi penting karena pasar tradisional diyakini sebagai bentuk dari ekonomi kerakyatan di Indonesia.

3.3 Kenyamanan Berbelanja

Pasar tradisional sebagai salah satu wadah untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari konsumen, tentunya harus mampu memberikan pelayanan dan kenyamanan bagi konsumen. Menurut Hutagalung (2015) kenyamanan bersifat individual, yang artinya sebuah rasa senang dan sejahtera yang dirasakan oleh individu tersebut. Jika dilihat dari segi perbelanjaan, kenyamanan adalah tempat dimana konsumen atau pengunjung merasa yakin untuk melakukan pembelian (Khair, 2013). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja. Menurut Ibrahim et al (2019) dan Anugerah et al (2018) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja, yaitu faktor bau di dalam pasar, kebersihan area pasar dan kios pedagang, faktor kualitas pencahayaan, faktor kemudahan dan keleluasaan bermobilitas konsumen, faktor kebisingan, faktor keamanan, dan faktor pengaruh cuaca terhadap kegiatan di dalam pasar. Pendapat serupa juga dikemukakan oleh Ali Topan et al (2018) yang mengemukakan bahwa kenyamanan berbelanja dapat dipengaruhi oleh faktor bau di dalam pasar, faktor kebersihan area pasar dan kios pedagang, faktor kualitas pencahayaan di dalam pasar, dan faktor kemudahan serta keleluasaan konsumen dalam bermobilitas. Dan pendapat berbeda dari Clulow dan Reimes (2009) serta Grewal et al (2009) bahwa kenyamanan berbelanja dapat dipengaruhi juga oleh durasi operasional pasar, kemudahan konsumen untuk mendapatkan harga yang murah, faktor ketepatan pedagang dalam menghitung harga, dan faktor letak pasar terhadap tempat tinggal konsumen.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Tingkat Kenyamanan Berbelanja Konsumen di Pasar Waru

Pada dasarnya konsumen Pasar Waru berasal dari masyarakat Kecamatan Waru dan telah terbiasa untuk berbelanja di Pasar Waru. Berdasarkan hasil observasi, masih terdapat beberapa kekurangan yang dapat menurunkan kenyamanan berbelanja konsumen. Jika kekurangan yang masih dimiliki Pasar Waru tidak diperbaiki, maka dapat menurunkan minat belanja konsumen di Pasar Waru. Secara umum jika ditinjau dari segi kondisi fisik bangunan Pasar Waru, konsumen kurang merasakan kenyamanan. Hal ini disebabkan oleh masih terdapat kekurangan, seperti masih terdapat bagian pasar yang tidak mendapatkan pencahayaan sinar matahari secara maksimal, kemudian kebersihan area pasar dan kios pedagang yang tingkat kebersihannya rendah, bau di dalam pasar kurang sedap yang disebabkan oleh sampah dan limbah pedagang ikan, dan lain sebagainya. Meskipun demikian, jika ditinjau dari aspek – aspek pelayanan dan aspek – aspek non fisik bangunan pasar, konsumen secara umum telah merasa puas atau nyaman, namun terdapat ancaman dari segi kondisi cuaca yang dinilai konsumen dapat berdampak cukup besar pada penurunan kenyamanan berbelanja khususnya pada saat kondisi hujan.

4.2 Strategi Pengembangan Pasar Waru

Berdasarkan pada hasil penilaian konsumen terhadap tingkat kenyamanan berbelanja konsumen di Pasar Waru, maka dapat dikatakan masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki dan perlu adanyaantisipasi terhadap pengaruh kondisi cuaca dalam menurunkan tingkat kenyamanan berbelanja konsumen. Berikut komponen – komponen kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman dari Pasar Waru:

Tabel 1 Komponen dan Strategi SWOT Dalam Pengembangan Pasar Waru

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar Waru tergolong pasar yang aman dari tindak kriminalitas 2. Sebagian besar Pasar Waru telah mendapatkan pencahayaan yang baik, meskipun masih terdapat sebagian kecil pasar yang belum mendapatkan pencahayaan alami secara maksimal. 3. Seluruh area di Pasar Waru terhubung dengan adanya koridor pasar, sehingga konsumen mudah untuk menuju bagian – bagian pasar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi kebersihan area pasar masih tergolong rendah. 2. Kondisi kebersihan kios pedagang juga masih rendah dengan adanya sampah di area kios dan juga lumpur dari koridor pasar yang masuk ke dalam kios pedagang ketika hujan. 3. Bau tidak sedap yang disebabkan oleh tumpukan sampah dan limbah pedagang ikan dan kondisi ini semakin buruk ketika hujan turun karena sampah – sampah bercampur dengan air 4. Koridor Pasar Waru tergolong sempit, sehingga konsumen tidak leluasa untuk bergerak dan berjalan
Peluang (O)	Strategi S-O:	Strategi W-O:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen mudah untuk mendapatkan harga jual barang yang murah di Pasar Waru, karena konsumen dapat dengan mudah melakukan tawar-menawar harga dengan pedagang dan pedagang pada dasarnya menjual barang dagangannya dengan harga yang relatif murah. 2. Pedagang Pasar Waru teliti dalam menghitung harga yang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan keamanan dan kepercayaan konsumen untuk berbelanja di Pasar Waru melalui penyediaan fasilitas keamanan dan peningkatan pelayanan yang ramah serta ketelitian dalam proses perhitungan harga jual. 2. Pengintegrasian Keamanan Pasar selama beroperasi dengan system keamanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penambahan bak sampah tertutup di Pasar Waru agar kapasitas tampung bak sampah di Pasar Waru dapat terpenuhi untuk menampung sampah Pasar Waru dan sampah rumah tangga masyarakat sekitar Pasar Waru dan mengendalikan bau tidak sedap yang disebabkan oleh tumpukan sampah pada bak sampah 2. Penataan jarak antar kios untuk memberikan keleluasaan gerak dan mobilitas konsumen guna mendukung

<p>harus dibayarkan dan kembalian yang harus dikembalikan kepada konsumen, sehingga tidak ada pihak yang dirugikan.</p> <p>3. Terletak pada ruas jalan arteri dan dikelilingi oleh permukiman warga, sehingga Pasar Waru sangat dekat dengan permukiman dan mudah dijangkau.</p> <p>4. Cenderung tidak bising, karena Pasar Waru dikelilingi permukiman sehingga tidak ada kegiatan di luar pasar yang menimbulkan suara bising berlebih.</p> <p>5. Pasar Waru beroperasi mulai pukul 07.00 – 12.00 dalam setiap operasional, namun minat beli masyarakat tergolong tinggi karena terdapat konsumen yang sudah mulai mengunjungi pasar sebelum waktu operasional pasar di mulai.</p>	<p>lingkungan sekitar pasar antara pengelola pasar dengan pihak Bhayangkara Pembina Keamanan dan Ketertiban Masyarakat (Bhabinkamtibmas) Kepolisian terdekat.</p> <p>3. Penyediaan jaringan listrik sebagai sumber pencahayaan tambahan di dalam pasar khususnya pada bagian – bagian yang memiliki pencahayaan tidak maksimal sebagai upaya peningkatan pelayanan kepada konsumen, baik mulai dari proses persiapan pedagang hingga operasional pasar.</p>	<p>interaksi jual beli yang lebih nyaman antara pedagang dan konsumen.</p>
--	---	--

Ancaman (T)	Strategi S-T:	Strategi W-T:
<p>1. Curah hujan yang tinggi mengganggu kegiatan di dalam pasar, karena air hujan dapat masuk ke dalam area pasar dan menyebabkan permasalahan lainnya.</p>	<p>1. Penyediaan sumber pencahayaan tambahan guna mendukung pencahayaan pada bagian Pasar Waru yang tidak mendapatkan pencahayaan alami secara maksimal akibat cuaca buruk.</p> <p>2. Peningkatan kualitas koridor Pasar Waru yang belum mengalami perkerasan guna mengurangi genangan pada koridor pasar ketika terjadi hujan.</p>	<p>1. Renovasi bangunan pasar dengan tetap memanfaatkan pencahayaan alami matahari. Renovasi ini dimaksudkan untuk menghindari air hujan yang masuk ke dalam pasar untuk menjaga kebersihan area pasar.</p> <p>2. Peningkatan kualitas bak sampah yang ada menjadi bak sampah tertutup untuk mengurangi bau yang ditimbulkan akibat bercampurnya sampah dengan air hujan yang dinilai konsumen kondisi ini semakin memperburuk bau tidak sedap yang timbul.</p> <p>3. Peningkatan kualitas pencahayaan di dalam area pasar, agar pencahayaan menjadi lebih merata pada setiap sudut pasar.</p> <p>4. Pembangunan saluran pembuangan dan pengolahan limbah ikan untuk mengurangi bau pada Pasar Waru akibat dari limbah ikan yang dibuang pada area kios.</p>

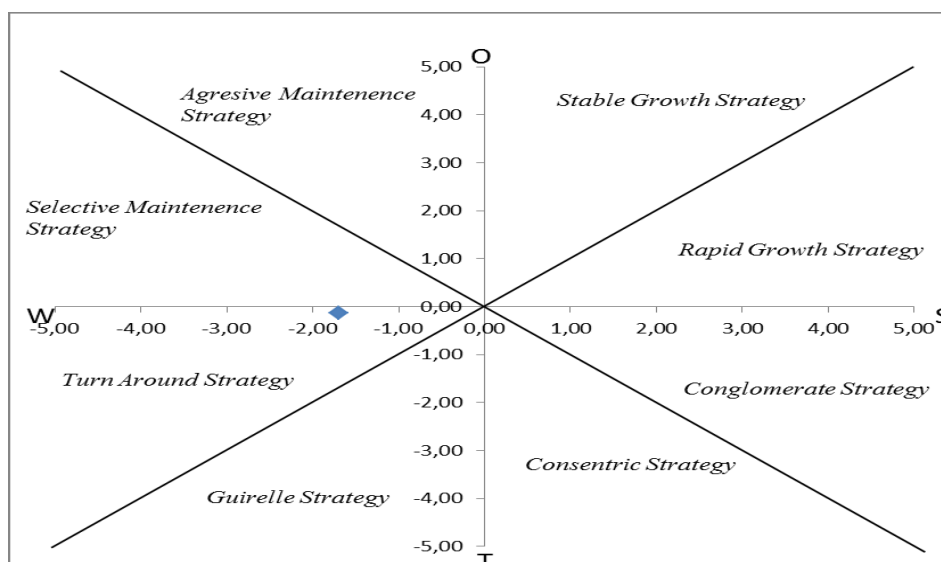
Terdapat beberapa strategi yang telah dirumuskan, dan dari beberapa strategi tersebut akan ditentukan strategi yang dinilai paling tepat untuk diterapkan agar Pasar Waru dapat memberikan atau meningkatkan kenyamanan kepada konsumen. Berikut penilaian yang dilakukan untuk menentukan strategi yang digunakan:

Tabel 2 Penilaian IFAS dan EFAS (Analisis Penulis, 2020)

Faktor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (S)			
Keamanan Pasar Untuk Dikunjungi	0,363	1,0	0,363
Kualitas Pencahayaan Di Dalam Pasar	0,337	1,0	0,337

Kemudahan Mobilitas Konsumen	0,300	2,0	0,599
Total	1,000		1,300
Kelemahan (W)			
Kondisi Kebersihan Bangunan Pasar	0,302	3,0	0,906
Keleluasaan Konsumen Untuk Bermobilitas	0,241	3,0	0,723
Bau Di Dalam Pasar	0,231	3,0	0,693
Kondisi Kebersihan Kios/Lapak Pedagang	0,226	3,0	0,678
Total	1,000		3,000
Peluang (O)			
Kemudahan Mendapatkan Harga Murah	0,26	2	0,52
Ketepatan Perhitungan Harga	0,26	2	0,52
Letak Pasar Terhadap Tempat Tinggal	0,24	2	0,48
Kebisingan Yang Terdengar Dari Luar Pasar	0,14	1	0,14
Durasi Operasional	0,11	2	0,21
Total	1,00		1,86
Ancaman (T)			
Gangguan Curah Hujan	1	2	2
Total	1		2

Berdasarkan hasil perhitungan dari pemberian bobot dan penilaian terhadap rating dari masing – masing faktor, maka didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 1 Diagram SWOT (Analisis Penulis, 2020)

Berdasarkan diagram di atas, maka didapatkan hasil bahwa titik perpotongan IFAS dan EFAS terletak pada kuadran W-T dengan sub kuadran Turn Around Strategy. Hal ini menandakan bahwa strategi yang digunakan adalah strategi W-T dengan pendekatan Turn Around Strategy. Strategi W-T adalah strategi yang dilakukan dengan memperbaiki kekurangan atau permasalahan dan mengantisipasi ancaman yang ada, sedangkan pendekatan Turn Around Strategy adalah pendekatan pelaksanaan secara bertahap. Dengan pendekatan implementasi strategi secara bertahap ini, diharapkan perubahan atau pengembangan yang dilakukan tidak terlalu mengganggu kegiatan yang ada di dalam pasar. Selain itu, dengan dilakukan secara bertahap maka pengembangan dapat dilakukan secara lebih fokus pada satu strategi terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan strategi selanjutnya. Adapun strategi yang dilakukan adalah:

1. Peningkatan kualitas bak Sampah

Peningkatan kualitas bak sampah yang dimaksud adalah menjadikan bak sampah yang telah ada pada Pasar Waru menjadi bak sampah tertutup. Pada kondisi eksisting, bak sampah di

Pasar Waru merupakan bak sampah terbuka dengan bentuk kontainer. Dengan kondisi ini, maka bak sampah menimbulkan bau yang tidak sedap. Dengan peningkatan kualitas bak sampah di Pasar Waru ini diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan berbelanja konsumen sebab dapat mengurangi atau mengatasi bau tidak sedap yang disebabkan oleh tumpukan sampah pada bak sampah di Pasar Waru.

2. Pembangunan saluran pembuangan dan pengolahan limbah

Saluran pembuangan dan pengolahan limbah dinilai perlu untuk disediakan, karena limbah air dari berbagai pedagang khususnya pedagang ikan tidak memiliki bak penampungan. Hal ini mengakibatkan air limbah dibuang pada area sekitar kios dan menjadikan koridor menjadi basah, licin, tergenang, dan menimbulkan bau yang kurang sedap. Dengan adanya saluran pembuangan limbah pada masing – masing kios, diharapkan air limbah pedagang dapat tertampung pada satu tampungan tersendiri dan dapat diolah terlebih dahulu sebelum dibuang ke alam melalui drainase agar tidak menimbulkan permasalahan baru berupa tercemarnya lingkungan sekitar.

3. Peningkatan kualitas pencahayaan

Kualitas pencahayaan di Pasar Waru perlu ditingkatkan, karena pada kondisi eksisting pencahayaan di dalam Pasar Waru tidak merata dan tidak maksimal. Hal ini menyebabkan beberapa bagian pasar tidak mendapatkan pencahayaan secara maksimal. Peningkatan kualitas pencahayaan pasar dapat berupa pencahayaan alami maupun pencahayaan dari lampu penerangan. Dengan ditingkatkannya kualitas pencahayaan di Pasar Waru, maka diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan dan memperlancar proses jual beli di Pasar Waru.

4. Renovasi bangunan pasar

Bangunan Pasar Waru dianggap perlu untuk direnovasi. Hal ini dikarenakan kondisi fisik bangunan Pasar Waru yang kurang memberikan kenyamanan, dimana saat ini Pasar Waru memiliki permasalahan fisik bangunan yang terbuka sehingga menyebabkan terganggunya proses jual beli ketika turun hujan dan letak dari para pedagang yang kurang tertata mengganggu mobilitas konsumen ketika berbelanja. Dengan merenovasi bangunan Pasar Waru ini diharapkan permasalahan – permasalahan yang ada di Pasar Waru dapat teratasi dan konsumen menjadi lebih merasa nyaman ketika melakukan perbelanjaan di Pasar Waru.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang didapatkan, maka dapat disimpulkan bahwa secara umum konsumen belum merasa puas atau nyaman dengan beberapa aspek yang berasal dari bangunan atau dari fisik bangunan pasar. Di sisi lain, konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pedagang dan aspek – aspek lain yang berasal dari pelayanan dan aspek non fisik bangunan pasar. Meskipun demikian, kondisi cuaca yang tidak dapat diprediksi akan menjadi ancaman tersendiri bagi Pasar Waru karena ketika hujan konsumen merasa kenyamanan berbelanja yang didapatkan semakin menurun. Untuk itu perlu adanya perbaikan atau pengembangan, dan didapatkan dua strategi pengembangan yang dinilai mampu untuk meningkatkan kenyamanan di Pasar Waru. Strategi pengembangan yang didapatkan adalah dengan peningkatan kualitas bak sampah yang ada menjadi bak sampah tertutup, pembangunan saluran pembuangan dan pengolahan limbah, serta merenovasi bangunan Pasar Waru yang ada saat ini.

Referensi

- Arianty, Nel. (2013). “Analisis Perbedaan Pasar Modern dan Pasar Tradisional Ditinjau Dari Strategi Tata Letak (Lay Out) dan Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Posisi Tawar Pasar Tradisional”. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol. 13, No. 01, Hal. 18 – 29.
- Asribestari, R., Setyono, J, S. (2013). “Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu Dan Giant Superdome)”. *Jurnal Teknik PWK*, Vol. 2, No. 3, hal. 539 – 548.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Penajam Paser Utara. 2018. Kecamatan Waru Dalam Angka Tahun 2018.
- Clulow, V., Reimers, V. 2009. *How do consumers define retail centre convenience? Australasian Marketing Journal*.
- Grewal, D., Levy, M., & Kumar, V. 2009. *Customer experience management in retailing: An organising framework. Journal of Retailing*

- Harefa, Septiawan, Anugerah., Naibaho, Polin., dan Rahmawati, Lucy, Anna. (2018). "Persepsi Penghuni Terhadap Kenyamanan Beraktivitas di Ruang Terbuka Perumahan". Jurnal ALUR. hal. 37 – 46.
- Hutagalung, Abrams, Elton. (2015). "Kajian Kenyamanan Publik Di Kawasan Dr. Mansyur Medan Ditinjau Pada Aspek Pedestrian". Medan: Departemen Arsitektur Universitas Sumatera Utara.
- Ikatan Bankir Indonesia.(2018). Tata Kelola Manajemen Risiko Perbankan. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Khair, Ibnu. 2013. Kenyamanan Sirkulasi Pengunjung Pasar Tradisional Ciledug. Jakarta: Fakultas Teknik Arsitektur Universitas Mercu Buana.
- Mankiv, N. Gregory (2008), *Principles of Micro Economics*, fifth edition, South Western
- Masyhuri, Mahmudah., Utomo, W, S. (2017). "Analisis Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pasar Tradisional Sleko di Kota Madiun". Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Vol. 6, No. 1, hal. 59 – 72.
- Maulana, Firman, dan Saino. (2016). "Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Pasar Tradisional".
- Peraturan Daerah Kabupaten Penajam Paser Utara Nomor 3 Tahun 2014 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Penajam Paser Utara Tahun 2013 – 2033.
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 7 Tahun 2017 Tentang Pedoman Pembangunan dan Pengelolaan Sarana Perdagangan.
- Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Rahayu, dan Bahri, H. (2014). "Studi Komparatif Perubahan Pendapatan Usaha Warung Tradisional Sebelum Dan Sesudah Adanya Warung Retail Modern Di Kecamatan Medan Timur". Jurnal Manajemen & Bisnis, Vol. 14, No.2, hal. 151 – 165.
- Rizal, T, K. (2013). "Regulasi Pasar Modern dan Pasar Tradisional Dalam Persaingan Usaha". Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sulistyo, Heru, dan Cahyono, Budhi. (2010). „Model Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat di Kota Semarang". Jurnal EKOBIS, Vol. 11, No. 2, hal. 516 – 526.
- Tauhena, Ibrahim., Martosenjoyo, Triyatni., Radja, Mufti, Abdul. (2019). "Persepsi Pengunjung Terhadap Kenyamanan Fasilitas Ruang Terbuka Publik Fort Rotterdam". Jurnal Arsitektur, Vol. 6, No. 1, hal. 62 – 72.
- Topan, Ali, Mohammad., Christi, Eka, Wulan, Putri., dan Purnomo, Budi, Agus. (2018). "Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kenyamanan Pasar Anyar di Kota Tangerang". Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah, Vol. 3, No. 2, hal. 57 – 62.
- Wahyudi, Rohmat. (2019). "Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang". Jurnal Pengembangan Wiraswasta, Vol. 21, No.01, hal. 37 – 52.