

Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur

IAM. Dwi Susanti, Dwi Putra Darmawan¹⁾, NW. Sri Astiti²⁾
Program Studi Magister Agribisnis, Program Pascasarjana, Universitas Udayana
E-mail: dwisusanti1989@gmail.com

¹⁾Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana

Abstract

Kertha Traditional Market Development Strategy, Kesiman Kertalangu Village, East Denpasar

Market competition of traditional and modern markets can be referred to as the global competition. Traditional markets are faced with the modern market of foreign - owned firms in alliance and opened branches in major cities in Indonesia. One is Denpasar city is the provincial capital of Bali. Denpasar city is the center of government, education and the economy. Denpasar city was heavily explore the local culture by revitalizing traditional market presence. Kertha Traditional Market is one of the traditional market located in the Denpasar District East. The purpose of this study to determine the internal and external factors that affect the existence of Kertha Traditional Market, alternative strategies and priorities in the development of strategies Kertha Traditional Market .

The study was conducted in Kertha Traditional Market, Kesiman Kertalangu Village, East Denpasar. Determined respondent knowingly, covering people involved in traditional markets, students, and faculty. Internal and external factors were analyzed with analysis of Strength, Weakness, Opportunities and Threat (SWOT) to determine strategic alternatives and analysis Analytic Hierarchy Process (AHP) to determine strategic priorities.

The results showed in internal factors, the main strengths is the accessibility and the main weaknesses is the quality of human resources (merchants). In external factors that main opportunities is tourist arrivals and the main threaten is the stability of product prices in the modern market. Alternative strategies are update management strategy Kertha Traditional Market, increase promotion, a partnership between Kertha Traditional Market managers, traders and cooperatives, as well as counseling for the traders. The main priority of the strategy is "Update Kertha Traditional Market management".

Advice given to the manager of the Kertha Traditional Market expected to implement development strategies in priority order, first priority is update traditional market management, both is counseling for the traders, the third is partnership between Traditional Market Kertha managers, traders, and cooperatives, and the fourth is increase promotion Kertha Traditional Market.

Keywords: *strategy, traditional market, SWOT, AHP*

Pendahuluan

Latar Belakang

Sistem agribisnis terdiri atas subsistem budidaya, pengolahan, pemasaran dan lembaga penunjang. Subsistem lembaga penunjang terdiri atas wujud infrastruktur dan organisasi, antara lain adalah pasar tradisional dan pasar modern. Peningkatan jumlah pasar modern di Indonesia yaitu 7,4% berbanding terbalik pertumbuhan ritel tradisional sebesar 8% pertahunnya (survei Nielsen dalam Hadiwiyono, 2011). Kehadiran pasar modern disatu sisi lebih menguntungkan konsumen karena memunculkan berbagai alternatif tempat untuk berbelanja. Disisi lain perkembangan pasar modern menimbulkan suatu kekhawatiran akan dapat menggeser posisi pasar tradisional.

Kota Denpasar sebagai kota yang berwawasan budaya tengah gencar menggali nilai kearifan lokal budayanya antara lain merevitalisasi keberadaan pasar tradisional. Pasar Tradisional Kertha merupakan salah satu pasar tradisional yang terdapat di Kecamatan Denpasar Timur. Permasalahan yang dihadapi oleh Pasar Tradisional Kertha sama seperti pasar tradisional lainnya yaitu kotor, kurang tertata, kualitas makanan yang dijual tidak terjamin, dan kekhawatiran tidak adanya perkembangan dalam transaksi baik bernilai kecil maupun besar akan memicu kejenuhan baik bagi pihak pasar maupun pedagang dan tidak memberikan kenyamanan bagi konsumen.

Perkembangan Pasar Tradisional Kertha yang diharapkan yaitu pasar tradisional yang berwawasan wisata dan berpedoman pada sapta pesona serta dapat menjaga modal sosial-kultural masyarakat yakni *metawahan* (tawar-menawar). Oleh karena itu, sangat relevan untuk melakukan penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Denpasar Timur.

Rumusan Masalah

Berdasarkan ulasan latar belakang di atas maka adapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut.

1. Faktor internal dan faktor eksternal apakah yang berpengaruh terhadap keberadaan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur?
2. Bagaimana alternatif strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur?
3. Apa yang menjadi prioritas strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur?

Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap keberadaan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur.
2. Alternatif strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur.
3. Prioritas strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur.

Kajian Pustaka

Konsep pasar dalam ilmu ekonomi adalah sebuah struktur yang memungkinkan pembeli dan penjual untuk menukar jenis barang, jasa, dan informasi, dimana pertukaran barang dan jasa untuk uang disebut dengan transaksi (Wikipedia, 2013). Pasar tradisional menurut peraturan yang dikeluarkan oleh Presiden No. 112 Tahun 2007 (dalam Firmazah dan Halim, 2012) adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah daerah, swasta, badan usaha milik negara dan badan usaha milik daerah, termasuk kerjasama antara pemerintah dan swasta, berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki dan dikelola oleh pengusaha dengan usaha mikro, kecil, menengah dan dalam proses jual beli barang dan jasa melalui proses tawar-menawar. Pasar modern adalah pasar dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran atau grosir dengan bentuk minimarket, supermarket, *department store*, *hypermarket* dan swalayan (Firmazah dan Halim, 2012).

Analisis SWOT digunakan untuk membahas faktor internal dan faktor eksternal pengembangan Pasar Tradisional Kertha. Analisis SWOT menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Pasar Tradisional Kertha.

Menurut Rangkuti (2008), tahapan dalam merumuskan strategi melalui matriks SWOT sebagai berikut.

1. Meletakkan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada matriks IFAS, faktor-faktor peluang dan ancaman pada matriks EFAS.
2. Merumuskan strategi SO, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
3. Merumuskan strategi ST, yaitu dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
4. Merumuskan strategi WO, yaitu berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
5. Merumuskan strategi WT, yaitu berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman.

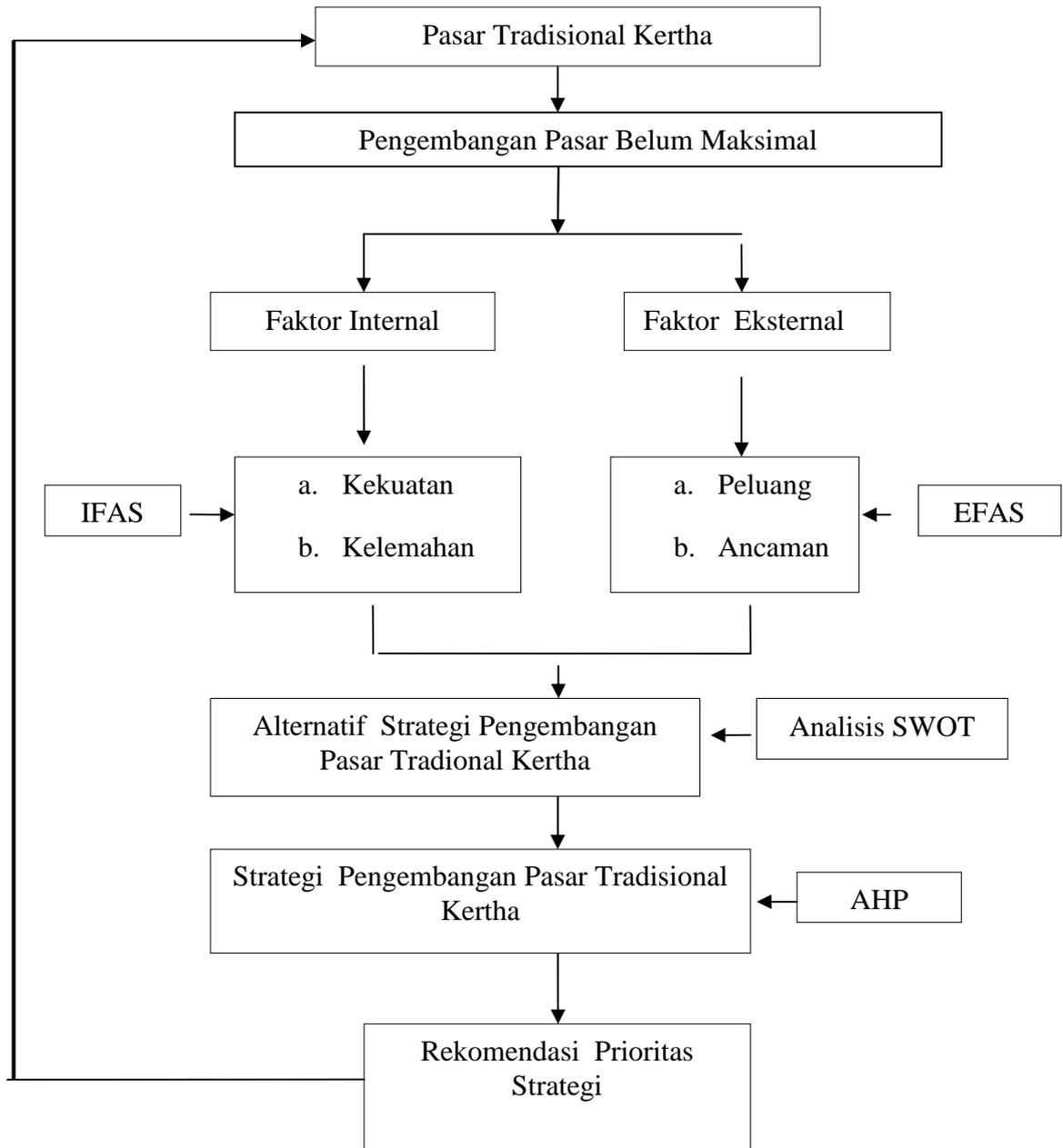
Untuk menentukan prioritas dari beberapa faktor atau alternatif strategi, dilakukan metode pengambilan keputusan dengan menggunakan *Analytic Hierarchy Process (AHP)* atau Proses Hierarki Analitik (PHA). AHP pada dasarnya merupakan suatu teori umum tentang pengukuran dan prinsip yang mendasari metode ini adalah menjelaskan hubungan antara konsistensi dengan akar vektor (*eigen vector*) dan memberikan contoh-contoh yang biasa digunakan untuk pengambilan keputusan pada masalah-masalah yang kompleks dan tidak terstruktur (Sukadani, 2005).

Kerangka Konsep Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap keberadaan Pasar Tradisional Kertha. Lingkungan internal dan eksternal yaitu kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh Pasar Tradisional Kertha. Sedangkan, dalam menciptakan sebuah strategi pengembangan yang tepat, terdapat tiga tahap. Tahap pertama yaitu setelah mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang kemudian dihitung dengan menggunakan IFAS dan EFAS.

Dari, IFAS dan EFAS dilakukan tahap kedua yaitu analisis SWOT untuk merumuskan berbagai alternatif strategi yang layak dalam pengembangan Pasar

Tradisional Kertha. Informasi ini merupakan titik tolak dalam merumuskan prioritas strategi pengembangan pasar tradisional yang diimplementasikan dengan menggunakan AHP (*Analytic Hierarchy Process*) sebagai tahap ketiga. Berdasarkan uraian di atas, maka bagan pemikiran operasional dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1
 Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha,
 Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur

Metode Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Denpasar Timur. Penelitian ini dilakukan mulai dari persiapan penelitian, pembuatan usulan/proposal penelitian, survey data lapangan, kemudian dilanjutkan dengan analisis data, sampai penulisan laporan penelitian berupa tesis. Alokasi waktu dari bulan Maret sampai dengan Agustus 2013.

Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari jenis dan sumber data, dan metode pengumpulan data.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data terdiri atas data kualitatif adalah data yang tidak berbentuk angka dan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka. Sumber data terdiri atas data primer adalah data yang bersumber dari sumber pertama dan data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber tidak langsung atau sumber kedua.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang akan digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah berupa kuesioner atau angket. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: (1) *Library research* adalah penelitian yang dilakukan dengan membaca buku-buku pustaka; (2) Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui tanya jawab secara langsung dengan para pelaku pasar tradisional; (3) Observasi dilakukan dengan cara meneliti dan mengamati secara langsung kegiatan yang dilakukan oleh pelaku pasar di lokasi penelitian; dan (3) *Focus Group Discussion* adalah diskusi kecil dengan pihak-pihak terkait dan memiliki kompetensi.

Penentuan Responden

Responden yang dipilih adalah orang-orang yang dianggap mengetahui dengan baik tentang perkembangan pasar tradisional terutama Pasar Tradisional Kertha. Responden internal yaitu pedagang yang dipilih secara sengaja berjumlah delapan orang, pengurus berjumlah lima orang, Kepala Desa Kesiman Kertalangu yang ditetapkan dengan metode *purposive sampling* sedangkan responden dari konsumen berjumlah 16 orang yang dipilih dengan metode *convenience sampling*. Responden eksternal berjumlah tujuh orang yang dipilih secara sengaja yaitu dosen dan mahasiswa.

Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT dan AHP. Analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta alternatif

strategi. AHP untuk mengetahui prioritas strategi yang digunakan untuk mengembangkan Pasar Tradisional Kertha.

Batasan Variabel

1. Strategi adalah ilmu perencanaan yang digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
2. Pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan (Anonim, 2013)
3. Analisis SWOT adalah teknik dalam menciptakan situasi strategis Pasar Tradisional Ketha.
4. *Analytic Hierarchy Process* (AHP) adalah teknik dalam untuk menentukan prioritas dari alternatif strategi
5. Kekuatan yaitu keunggulan yang dimiliki Pasar Tradisional Ketha.
6. Kelemahan yaitu kekurangan yang dimiliki Pasar Tradisional Ketha.
7. Peluang yaitu situasi menguntungkan yang dimiliki oleh Pasar Tradisional Ketha.
8. Ancaman yaitu situasi yang tidak menguntungkan yang berada di luar lingkungan Pasar Tradisional Ketha.

Hasil dan Pembahasan

Hasil indentifikasi dan evaluasi faktor internal dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut. Total skor berdasarkan matriks IFAS pada Pasar Tradisional Kertha adalah sebesar 2,935 berarti pasar mempunyai kemampuan yang baik dalam mengantisipasi kelemahan internal.

Tabel 1
Matriks Evaluasi Faktor Internal Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha,
Desa Kesiman Kertalangu, Denpasar Timur

Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1 Aksesibilitas	0.06	3	0.180
2 Lokasi Pasar Tradisional Kertha	0.04	4	0.167
3 Masyarakat sebagai konsumen Pasar Tradisional Kertha	0.06	3	0.171
4 Harga produk kompetitif	0.06	3	0.178
5 Budaya tawar-menawar	0.05	3	0.163
6 Variasi komoditi	0.06	3	0.178
7 Sikap masyarakat terhadap Pasar Tradisional Kertha	0.05	3	0.159
8 Ikatan kekeluargaan antara penjual dan pembeli	0.06	3	0.172
9 Layanan pegawai pasar	0.06	3	0.173
Kelemahan			
1 Sarana dan Prasarana	0.08	3	0.234
2 Jaminan kualitas Produk yang dijual	0.07	3	0.215
3 Kebersihan lingkungan pasar	0.09	3	0.273
4 Modal pedagang	0.11	2	0.214
5 Kualitas sumber daya manusia (pedagang)	0.10	3	0.293
6 Keamanan pasar	0.05	3	0.164
TOTAL	1.000		2.935

Sumber : Diolah dari data primer

Faktor kekuatan utama bagi Pasar Tradisional Kertha adalah aksesibilitas, ditunjukkan dengan bobot 0,180. Kekuatan kedua terdapat pada dua variabel yaitu harga

produk yang kompetitif dan variasi komoditi dengan skor 0,178. Kekuatan kedua terdapat pada dua variabel yaitu harga produk yang kompetitif dan variasi komoditi dengan skor 0,178. Kelemahan utama adalah kualitas sumber daya manusia (pedagang), hal ini ditunjukkan dengan bobot 0,293. Kelemahan kedua dan ketiga yaitu kebersihan lingkungan pasar dengan skor 0.273 serta sarana dan prasarana dengan skor 0.234. Jaminan kualitas produk yang dijual, modal pedagang, serta keamanan pasar dengan masing-masing skor 0.215, 0.214, 0.164, berada di urutan keempat, kelima, dan keenam.

Tabel 2
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Denpasar Timur

Faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1 Dampak positif pasar terhadap pendapatan masyarakat sekitar pasar dan konservasi pasar tradisional	0.04	4	0.177
2 Kebijakan pemda terhadap pasar tradisional dan pasar modern	0.08	3	0.235
3 Kedatangan wisatawan mancanegara	0.11	3	0.328
4 Kerjasama pemerintah dan masyarakat	0.06	4	0.260
5 Pertumbuhan ekonomi	0.05	4	0.205
6 Semakin tinggi pertumbuhan UMKM	0.08	3	0.225
7 Semakin banyak penawaran kredit bagi UMKM	0.08	3	0.230
Ancaman			
1 Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat	0.13	3	0.393
2 Kestabilan harga produk pada pasar modern	0.24	3	0.714
3 Kualitas produk yang dijual di pasar modern	0.13	3	0.393
TOTAL	1.000		3.160

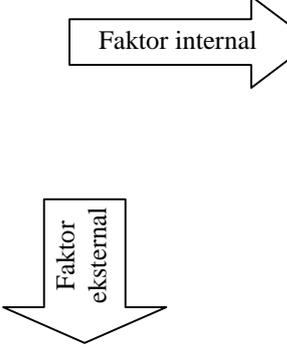
Sumber : Diolah dari data primer

Hasil indentifikasi dan evaluasi faktor eksternal dapat dilihat pada Tabel 2. Pada tabel 2, dapat dilihat bahwa faktor peluang paling kuat yang mempengaruhi adalah kedatangan wisatawan mancanegara, dengan bobot sebesar 0,328. Tingginya minat wisatawan mancanegara terhadap pasar tradisional, berdampak terhadap meningkatnya pendapatan pedagang salah satunya yaitu pasar tradisional di Thailand. Thailand menjadikan pasar tradisional sebagai salah satu destinasi yang harus didatangi oleh wisatawan mancanegara. Faktor peluang kedua yaitu kerjasama pemerintah dan masyarakat dengan skor 0.260 sedangkan urutan ketiga adalah kebijakan pemda terhadap pasar tradisional dan pasar modern.

Faktor ancaman paling kuat yang mempengaruhi adalah kestabilan harga produk pada pasar modern, dengan bobot sebesar 0,714. Faktor ini sangat berpengaruh terhadap transaksi antara pembeli dan penjual. Apabila memasuki hari raya harga produk di pasar tradisional mengalami kenaikan dibandingkan dengan harga produk pada pasar modern lebih stabil. Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat dan kualitas produk yang dijual di pasar modern dengan skor 0.393 berada pada posisi kedua.

Total skor faktor strategi eksternal sebesar 3,160. Menurut kriteria, total skor faktor strategi eksternal tergolong tinggi karena berada di atas rata-rata 2,50. Ini

menunjukkan bahwa faktor eksternal Pasar Tradisional Kertha mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

	<p>Kekuatan (<i>strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aksesibilitas 2. Lokasi Pasar Tradisional Kertha 3. Masyarakat sebagai konsumen Pasar Tradisional Kertha 4. Harga produk kompetitif 5. Budaya tawar-menawar 6. Variasi komoditi 7. Sikap masyarakat terhadap Pasar Tradisional Kertha 8. Ikatan kekeluargaan antara penjual dan pembeli 9. Layanan pegawai pasar 	<p>Kelemahan (<i>weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sarana dan prasarana 2. Jaminan kualitas produk yang dijual 3. Kebersihan lingkungan pasar 4. Modal pedagang 5. Kualitas sumber daya manusia (pedagang) 6. Keamanan pasar
<p>Peluang (<i>opportunities</i>)</p>	<p>Strategi “SO”</p>	<p>Strategi “WO”</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Dampak positif pasar terhadap pendapatan masyarakat sekitar pasar dan koservasi pasar tradisional 2. Kebijakan pemda terhadap pasar tradisional dan pasra modern 3. Kedatangan wisatawan mancanegara 4. Kerjasama pemerintah dan masyarakat 5. Pertumbuhan ekonomi 6. Semakin tinggi pertumbuhan UMKM 7. Semakin banyak penawaran kredit bagi UMKM 	<p>S1+S9+O1+O4+O5+O6+O7 Memperbarui Manajemen Pasar Tradisional Kertha</p>	<p>W3+W4+O5+O6+O7 Kemitraan antara pengelola Pasar Tradisional Kertha, pedagang dan koperasi</p>
<p>Ancaman (<i>threats</i>)</p>	<p>Strategi “ST”</p>	<p>Strategi “WT”</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat 2. Kestabilan harga produk pada pasar modern 3. Kualitas produk yang dijual di pasar modern 	<p>S1+S2+S3+S4+T1+T2+T3 Meningkat promosi Pasar Tradisional Kertha</p>	<p>W3+W5+T1+T2+T3 Penyuluhan untuk para pedagang</p>

Gambar 2
Matriks SWOT Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, 2013

Hasil analisis matriks SWOT diperoleh alternatif strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha sebagai berikut.

1. Strategi SO, strategi ini untuk memperbaiki manajemen pengelolaan Pasar Tradisional Ketha yang telah diterapkan dengan tujuan untuk memaksimalkan kegiatan antar pegawai atau pegawai dengan pedagang.
2. 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
3. Strategi WO, strategi yang digunakan adalah kerjasama Pasar Tradisional Kertha, pedagang dan koperasi koperasi baik dari segi modal maupun input dan pemasaran produk.
4. Strategi WT, penyuluhan yang diberikan seperti perlunya pengetahuan tentang menjaga kebersihan saat transaksi berlangsung, penataan produk yang menarik minat konsumen dan pengetahuan tentang berbahayanya produk yang mengandung bahan kimia berbahaya serta ciri-cirinya.

Tabel 3
Skor dan Prioritas Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha

No	Alternatif Strategi	Skor	Peringkat Prioritas
1.	Memperbarui manajemen Pasar Tradisional Kertha	0,384	1
2.	Penyuluhan untuk para pedagang	0,232	2
3.	Kemintraan antara prngelola Pasar Tradisional Kertha, pedagang, dan koperasi	0,200	3
4.	Meningkat promosi Pasar Tradisional Kertha	0,183	4

Sumber : Diolah dari data primer

Prioritas pertama “memperbarui manajemen Pasar Tardisional Kertha” Dalam memperbaiki manajemen pasar, seorang manajer dalam hal ini yaitu kepala pasar harus dapat mengelola fungsi-fungsi manajemen. Fungsi-fungsi manajemen, meliputi perencanaan, pengorganisian, pelaksanaan, dan pengawasan (Nuryadin, 2012). Prioritas kedua yaitu “ penyuluhan untuk para pedagang”, penyuluhan yang dilakukan dengan bantuan dari pemerintah mengenai kebesihan makanan dengan meningkatkan kebersihan tubuh terutama tangan dan alat yang digunakan dalam melakukan kegiatan, penataan produk yang menarik minat konsumen dan pemberian info tentang berbahayanya dan karakteristik produk yang mengandung bahan kimia berbahaya. Prioritas ketiga yaitu “kemintraan antara pengelola Pasar Tradisional Kertha, pedagang dan koperasi”. Kerjasama yang dilakukan meliputi pemberian kredit untuk pembayaran sewa tempat dengan bunga ringan dan pemberian waktu pembayaran yang fleksibel.

Pedagang dapat menabung di koperasi untuk modal dan membayar sewa tempat. Prioritas keempat yaitu “meningkatkan promosi Pasar Tradisional Kertha”. Promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut (*oilfact*), brosur, iklan di surat kabar, majalah, serta televisi untuk mempromosikan kios, semi kios, los, dan senggol kepada calon pedagang.

Simpulan dan Saran

Simpulan

1. Faktor internal dan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap keberadaan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu faktor internal terdiri dari aksesibilitas, lokasi pasar, masyarakat sebagai konsumen, harga produk kompetitif, budaya tawar-menawar, variasi komoditi, sikap masyarakat terhadap pasar tradisional, ikatan kekeluargaan antara penjual dan pembeli, layanan pegawai pasar, sarana dan prasarana, jaminan kualitas produk yang dijual, kebersihan lingkungan pasar, modal pedagang, kualitas sumber daya manusia (pedagang), keamanan pasar. Sedangkan, faktor eksternal yaitu dampak positif pasar tradisional terhadap pendapatan masyarakat sekitar pasar dan konservasi pasar tradisional, kebijakan pemda terhadap pasar tradisional dan pasar modern, kedatangan wisatawan mancanegara, kerjasama pemerintah dan masyarakat, pertumbuhan ekonomi, semakin tingginya pertumbuhan UMKM, semakin banyaknya penawaran modal untuk UMKM, pertumbuhan pasar modern, kestabilan harga produk di pasar modern, kualitas produk yang dijual di pasar modern
2. Alternatif strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu strategi “memperbarui manajemen Pasar Tradisional Kertha”, “meningkatkan promosi Pasar Tradisional Kertha”, “kemitraan antara pengelola pasar Tradisional Kertha, pedagang dan koperasi” dan “penyuluhan untuk para pedagang”.
3. Prioritas strategi pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu “memperbarui manajemen Pasar Tradisional Kertha”. Pembaruan ini, meliputi pemberitahuan mengenai *job description* pegawai, hak, kewajiban, sanksi bagi para pegawai, pengelolaan sampah dan kebersihan, pelatihan bagi para pegawai, memperlakukan perjanjian kontrak sewa antara pihak pasar dan pedagang, serta pelaksanaan rapat antara pedagang dan pihak pengelola mengenai kenaikan dan pembayaran.

Saran

1. Pihak pengelola Pasar Tradisional Kertha diharapkan dapat mengimplementasikan strategi sesuai dengan urutan prioritas yaitu prioritas pertama memperbarui manajemen Pasar Tradisional Kertha, kedua penyuluhan untuk para pedagang, ketiga kerjasama Pasar Tradisional Kertha, pedagang, dan koperasi, dan keempat strategi promosi.
2. Pihak pengelola Pasar Tradisional Kertha diharapkan selalu memperbarui informasi baik mengenai peraturan maupun informasi mengenai pasar tradisional lainnya.
3. Pemerintah Kota Denpasar, hendaknya melakukan sosialisasi mengenai peraturan pemberdayaan pasar tradisional kepada pihak pasar tradisional.

4. Pemerintah Provinsi Bali, hendaknya memberikan tindakan nyata terhadap pelaksanaan peraturan terutama soal pembatasan serta zona jarak pasar tradisional dan pasar modern, serta perizinan usaha.
5. Masyarakat, diharapkan kerjasama masyarakat untuk mengawasi kebersihan lingkungan pasar dan mengawasi penyimpangan kebijakan pemerintah.

Ucapan Terima kasih

Melalui media ini disampaikan terima kasih kepada Prof. Dr. Ir. Dwi Putra Darmawan, MP dan Dr. Ir. Ni Wayan Sri Astiti,MP., atas segala perhatian dan dukungannya selama proses perkuliahan dan penyusunan tesis ini.

Daftar Pustaka

- Anonim. 2013. Pengembangan. Available From URL : <http://www.artikata.com/arti-367883-pengembangan.html>. Accessed : 29 Juli 2013
- Firmanzah dan R.E. Halim. 2012. Strategi Revitalisasi Pasar Tradisional. In : Basri, M.C., editor. Rumah Ekonomi Rumah Budaya. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hadiwiyono. 2011. "Analisis Kinerja Pasar tradisional di Era Persaingan Globalisasi di Kota Bogor"(skripsi). Bogor : Institut Pertanian Bogor. (Tidak Dipublikasikan).
- Rangkuti, F. 2002. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sukadani, N.L. 2005. "Strategi Pengembangan Pola Kemintraan Ayam Ras Pedaging PT. Aneka Satwa Perkasa di Provinsi Bali" (tesis). Denpasar : Universitas Udayana. (Tidak Dipublikasikan)
- Nuryadin, H. 2012. *Manajemen Perusahaan*. Yogyakarta : Laksbang Pressindo.