

TUGAS AKHIR
STRATEGI RELOKASI PASAR TRADISIONAL PANGKALAN BALAI
KE PASAR BARU CANGKRING DI KEDONDONG RAYE
KABUPATEN BANYUASIN



Disusun oleh :
Muhamad Iqbal
NPM : 2018.28.0036

PROGRAM STRATA 1
PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
PALEMBANG
2023

TUGAS AKHIR
STRATEGI RELOKASI PASAR TRADISIONAL PANGKALAN BALAI
KE PASAR BARU CANGKRING DI KEDONDONG RAYE
KABUPATEN BANYUASIN



Disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Studi guna memperoleh
Gelar Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota

Disusun oleh :
Muhamad Iqbal
NPM : 2018.28.0036

PROGRAM STRATA 1
PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
PALEMBANG
2023

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**STRATEGI RELOKASI PASAR TRADISIONAL PANGKALAN BALAI
KE PASAR BARU CANGKRING DI KEDONDONG RAYE
KABUPATEN BANYUASIN**

Oleh :

MUHAMAD IQBAL
NPM : 2018.28.0036

Palembang, 14 April 2023
Menyetujui

Dekan Fakultas Teknik
FAKULTAS TEKNIK

Anta Sasitika, S.T., M.T
NIDN : 0214047401

Ketua Program Studi
Perencanaan Wilayah dan Kota

Dr. Endy Agustian, S.T., M.Eng
NIDN 0218089301

HALAMAN PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai
Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye
Kabupaten Banyuasin**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Muhamad Iqbal

NPM : 2018.28.0036

Palembang, 14 April 2023

Menyetujui

Pembimbing I



Herda Sabrivah Dara Kospa, M.I.L., M.Sc

NIDN : 0205068901

Pembimbing II



Zenal Mutaqin S.T., M.Si

NIDN : 0224027501

**Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Universitas Indo Global Mandiri
Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota**



Dr. Endy Agustian, S.T., M.Eng
NIDN 0218089301

**STRATEGI RELOKASI PASAR TRADISIONAL PANGKALAN BALAI
KE PASAR BARU CANGKRING DI KEDONDONG RAYE
KABUPATEN BANYUASIN**

**Tugas Akhir diajukan kepada
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik Universitas Indo Global Mandiri**

Oleh :

**MUHAMAD IQBAL
2018.28.0036**

Diajukan pada Sidang Ujian Tugas Akhir
Tanggal 10 Maret 2023

Dinyatakan Lulus
Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Perencanaan Wilayah Kota

Palembang, 1 April 2023
Tim Peguji :

Zenal Mutaqin S.T.,M.Si - Pembimbing

Dr.Endy Agustian,S.T.,M.Eng - Peguji

Hala Haidir,S.T.,M.P.W.K – Peguji

.....
.....
.....

**Mengetahui
Ketua Program Studi
Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik Universitas Indo Global Mandiri**

.....

Dr.Endy Agustian,S.T.,M.Eng

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI TUGAS AKHIR

Kami yang bertanda tangan dibawah ini, menerangkan bahwa:

Nama : Muhamad Iqbal

NPM : 2018280036

Prodi : Perencanaan Wilayah dan Kota

Judul : Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye Kabupaten Banyuasin

Dikeluarkan : Palembang

Pada Tanggal : 19 April 2023

Penguji Tugas Akhir

Tanggal 17/04/23... Ketua Penguji


.....
Zenal Mutaqin S.T.,M.Si
NIDN 0224027501

Tanggal 14/04/23 Penguji II


.....
Dr. Endy Agustian, S.T., M.Eng
NIDN 0218089301

Tanggal 02/05/23 Penguji III


.....
Hala Haidir, S.T., M.P.W.K
NIDN : 0225129401

Dekan Fakultas Teknik

FAKULTAS TEKNIK

Anta Sastika, S.T., M.T
NIDN : 0214047401

Ketua Program Studi
Perencanaan Wilayah dan Kota


.....
Dr. Endy Agustian, S.T., M.Eng
NIDN 0218089301



SURAT PERNYATAAN
FM-PM-09.3/13-02/R0

Dengan ini saya menyatakan dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya / pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Acuan / Daftar Pustaka.

Apabila ditemukan suatu jiplakan / plagiat, maka saya bersedia menerima akibat berupa sanksi akademis dan sanksi lain yang diberikan oleh yang berwenang sesuai ketentuan, peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang , 09 Maret 2023
Yang membuat pernyataan



(Muhamad Iqbal)

NPM : 2018280036

Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye Kabupaten Banyuasin

Abstrak

Penelitian ini berfokus pada strategi relokasi pasar tradisional di Pangkalan Balai, Kecamatan Banyuasin III, Kabupaten Banyuasin. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi relokasi Pasar Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan yang bersifat induktif dan naturalistik. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi langsung di lokasi penelitian. Teknik analisis penelitian ini dilakukan dengan analisis kualitatif dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini merumuskan 8 strategi yaitu, Pembangunan infrastruktur unik sebagai daya tarik pasar, Pemanfaatan visi misi dalam menarik minat para investor, Pembangunan fasilitas-fasilitas pasar seperti penerangan jalan, perbaikan drainase dan penambahan jalan baru untuk akses keluar dan masuk pasar dari dana investor, Penciptaan lapangan pekerjaan baru dalam rangka perbaikan dan peningkatan fasilitas pasar, Sosialisasi kepada pedagang mengenai visi misi pasar, Pengadaan subsidi dalam rangka pemulihan ekonomi pedagang pasca relokasi, Pembangunan infrastruktur dengan fokus peningkatan keamanan pasar dan Pembangunan fasilitas-fasilitas penunjang pasar untuk menarik minat para pedagang berjualan dipasar.

Kata Kunci : Pasar Tradisional, Strategi Relokasi, Analisis SWOT

Abstract

This research focuses on the strategy of relocating traditional markets in Pangkalan Balai, Banyuasin III District, Banyuasin Regency. The aim of this research is to formulate a relocation strategy for Pangkalan Balai Market to Cangkring New Market in Kedondong Raya. The method used is a qualitative method with an inductive and naturalistic approach. The data collection method was carried out by observation, interviews and direct documentation at the research location. The analysis technique of this research was carried out by qualitative analysis and SWOT analysis. The results of this study formulated 8 strategies namely, Development of unique infrastructure as a market attraction, Utilization of vision and mission in attracting investors, Development of market facilities such as street lighting, drainage improvements and the addition of new roads for market access and entry from investor funds, Creation of new jobs in order to repair and improve market facilities, Outreach to traders regarding market vision and missions, Provision of subsidies in the framework of post-relocation merchants' economic recovery, Development of infrastructure with a focus on increasing market security and Development of market supporting facilities to attract traders to sell in the market.

Keyword : *Traditional Market, Relocation Strategy, SWOT Analysis*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala nikmat, rahmat dan hidayah-Nya serta kekuatannya yang diberikan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “ Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye Kabupaten Banyuasin” sebagai salah satu syarat untuk kelulusan Tugas Akhir di Fakultas Teknik Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Indo Global Mandiri Palembang.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Marzuki Alie, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang.
2. Bapak Anta Sastika, S.T., M.T selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Indo Global Mandiri Palembang
3. Bapak Dr.Endy Agustian,S.T.,M.Eng selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota.
4. Bapak Hendry Natanael Gumano,S.T.,M.P.W.K sebagai Dosen Pembimbing Akademik Perencanaan Wilayah dan Kota.
5. Ibu Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc sebagai Dosen Pembimbing I dan Bapak Zenal Mutaqin S.T.,M.Si sebagai Dosen Pembimbing II yang telah mendorong, membimbing, serta memberi arahan yang sangat bermanfaat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Kepada kedua orang tua, saudara dan keluarga yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, semangat dan motivasi sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Untuk Fitri Oktaviani , Ragil Tri Wahyudi dan Satria aluh perwira nusa terimakasih telah menemani dan membantu saya dalam menyusun skripsi, terimakasih juga atas support kalian sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik tanpa ada kendala apapun.

8. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Angkatan 2018 yang telah berjuang dari awal sampai menyelesaikan penelitian ini yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta pengetahuan bagi penulis.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, untuk itu penulis mohon maaf atas kekurangan tersebut. Besar harapan penulis agar kiranya Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Palembang, 12 Mei 2023

Muhamad Iqbal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERSETUJUAN DEWAN PENGUJI.....	iv
PERSETUJUAN REVISI DEWAN PENGUJI	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Sasaran Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup	4
1.5.1 Ruang Lingkup Wilayah.....	4
1.5.2 Ruang Lingkup Materi	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
1.7 Penelitian Terdahulu	8
1.8 Kerangka Pemikiran	16
1.9 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Strategi Relokasi.....	18

2.2 Dasar Hukum Relokasi	19
2.3 Tujuan Relokasi	19
2.4 Definisi Pasar	20
2.4.1 Jenis-jenis Pasar	21
2.4.2 Klasifikasi Pasar Tradisional	24
2.4.3 Sarana dan Prasarana Pasar	26
2.4.4 Zonasi Pasar	27
2.4.5 Persyaratan, Kebutuhan/ Tuntutan, Standar Perencanaan dan Perancangan Pasar Tradisional	28
2.5 Aksesibilitas	34
2.6 Strategi Relokasi Pasar Tradisional	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Metode Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.3 Teknik Penarikan Sampel	37
3.4 Jenis Data	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6 Kebutuhan Data	43
3.7 Mengumpulkan Data Penelitian	45
3.8 Teknik Analisis Data	45
3.8.1 Analisis SWOT	46
BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH	53
1.4 Karakteristik Wilayah Kecamatan Banyuasin III	53
4.1.1 Batas Administrasi	53
4.1.2 Kependudukan	55
4.1.3 Sarana Pendidikan	57
4.1.4 Sarana Kesehatan	58
4.1.5 Sarana Peribadatan	60
4.1.6 Kondisi Perekonomian	61
4.2 Karakteristik Pasar Tradisional Pangkalan Balai	65
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	68
5.1 Mengidentifikasi Kondisi Pasar Tradisional Cangkring	68

5.1.1 Aspek fisik.....	68
5.1.1.1 Kondisi jalan	68
5.1.1.2 Jaringan Drainase	73
5.1.1.3 Penerangan Jalan.....	76
5.1.1.4 Area Parkir	79
5.1.1.5 Aksesibilitas	82
5.1.1.6 Lokasi Pasar	85
5.1.2 Aspek Non Fisik	88
5.1.2.1 Visi Misi dan Tujuan	88
5.1.2.2 Struktur Kelembagaan	88
5.1.2.3 Kebijakan Pemerintah	91
5.1.2.4 Kenaikan Harga Komoditas.....	92
5.2 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Menggunakan SWOT	93
5.2.1 Faktor Internal.....	94
5.2.1.1 Kekuatan (Strength).....	94
5.2.1.2 Kelemahan (<i>Weakness</i>)	94
5.2.2 Faktor Eksternal	96
5.2.2.1 Peluang (Opportunity)	96
5.2.2.2 Ancaman (Threats)	96
5.2.3 Matriks Faktor Internal dan Eksternal.....	99
5.3 Merumuskan Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring.....	100
5.3.1 Strategi SO.....	103
5.3.2 Strategi WO	103
5.3.3 Strategi ST	104
5.3.4 Strategi WT.....	105
BAB VI PENUTUP	107
6.1 Kesimpulan	107
6.2 Saran.....	108
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN	114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. 1 Jumlah Kamar Mandi Sesuai Jumlah Pedagang	32
Tabel 3. 1 Data Responden	37
Tabel 3. 2 Pedoman Observasi	39
Tabel 3. 3 Pertanyaan Wawancara.....	40
Tabel 3. 4 Kebutuhan Data.....	43
Tabel 3. 5 Matriks SWOT	49
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Kecamatan Banyuasin III	55
Tabel 4. 2 Jumlah Fasilitas Pendidikan Kecamatan Banyuasin III	57
Tabel 4. 3 Jumlah Fasilitas Kesehatan Kecamatan Banyuasin III.....	59
Tabel 4. 4 Jumlah Fasilitas Peribadatan Kecamatan Banyuasin III.....	60
Tabel 4. 5 Jenis Pekerjaan Penduduk di Kecamatan Banyuasin III	62
Tabel 4. 6 Jenis Dagangan.....	66
Tabel 5. 1 Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal	99
Tabel 5. 2 Matriks SWOT	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Administrasi Kelurahan.....	6
Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 3. 1 Ilustrasi Purposive Sampling.....	37
Gambar 3. 2 Bagan Alur Penelitian	52
Gambar 4. 1 Peta Adminitrasi Pasar Cangkring.....	54
Gambar 4. 2 Kondisi Pasar Pangkalan Balai.....	65
Gambar 5. 1 Kondisi Jalan Pasar Cangkring.....	70
Gambar 5. 2 Peta Kondisi Jalan Pasar Cangkring	72
Gambar 5. 3 Kondisi Drainase Pasar Cangkring	74
Gambar 5. 4 Peta Jaringan Drainase Pasar Cangkring	75
Gambar 5. 5 Kondisi Penerangan Jalan Pasar Cangkring.....	77
Gambar 5. 6 Penerangan Jalan Pasar Cangkring	78
Gambar 5. 7 Area Parkir	80
Gambar 5. 8 Peta Area Parkir.....	81
Gambar 5. 9 Kondisi Aksesibilitas Pasar Cangkring.....	83
Gambar 5. 10 Peta Aksesibilitas Pasar Cangkring	84
Gambar 5. 11 Lokasi Pasar Cangkring	86
Gambar 5. 12 Peta Lokasi Pasar Cangkring.....	87
Gambar 5. 13 Bagan Struktur Organisasi Pengelolaan Pasar	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Form Daftar Pertanyaan Wawancara.....	115
Lampiran II. Dokumentasi Kegiatan.....	118
Lampiran III. Form Bimbingan Sebelum Sempro.....	120
Lampiran IV. Form Bimbingan Sesudah Sempro.....	122
Lampiran V. Form Bimbingan Setelah Semhas.....	124
Lampiran VI. Surat Izin Instansi dan Survei Lapangan.....	125

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan suatu wilayah dapat diukur dengan berbagai indikator, salah satunya adalah tingkat perekonomian. Perekonomian wilayah dapat dipengaruhi oleh beberapa aktivitas wilayah, seperti industri, pariwisata, dan perdagangan. Aktivitas perdagangan membutuhkan ruang sebagai sarana dan prasarana yang memadai untuk mewadahi aktivitas tersebut. Pasar adalah salah satu fasilitas bagi aktivitas perdagangan tersebut. Keberadaan pasar di suatu wilayah selalu menjadi *focus point* yang berfungsi sebagai pusat pertukaran barang-barang yang bermula dari sekumpulan pedagang di lokasi-lokasi strategis yang menjual barang dagangannya secara berkelompok kemudian berkembang (Arianty, 2013).

Berdasarkan jenisnya, pasar dibagi menjadi pasar tradisional dan pasar modern. Pasar yang bersifat modern, menyediakan berbagai macam barang yang diperjualbelikan dengan harga yang pas, dan dilayani sendiri oleh konsumen tersebut. Sedangkan Pasar tradisional merupakan pasar yang bentuk bangunannya relatif sederhana, barang yang diperdagangkan adalah kebutuhan sehari-hari, harga barang relatif murah dan cara pembeliannya dengan tawar menawar (Rusham, 2016). Pasar Tradisional menjadi salah satu pusat pertumbuhan perekonomian. Melalui berbagai fungsi dan peran strategis yang dimiliki, pasar tradisional menjadi salah satu wadah atau sarana untuk mencapai kesejahteraan rakyat dan menjadi indikator nasional terkait pergerakan tingkat kestabilan harga kebutuhan bahan pokok (Ramin, 2021).

Pasar tradisional Pangkalan Balai merupakan salah satu pasar tradisional yang menjadi jantung perekonomian masyarakat Kecamatan Banyuasin III. Seiring berjalannya waktu, Pasar Tradisional Pangkalan Balai memiliki berbagai permasalahan yang ada di dalamnya. Hingga saat ini pasar tradisional Pangkalan Balai memiliki daya tampung sebesar 1.006 los dan kios. Daya tampung tersebut tidak sebanding dengan jumlah pedagang yang mencapai 1.183 orang (Diskominfo Banyuasin, 2021). Hal tersebut mengakibatkan aktivitas jual beli

dipasar menjadi berjalan kurang optimal. Ditambah lagi dengan banyaknya pedagang kaki lima yang berjualan dengan sembarangan hingga memenuhi bahu jalan. Sehingga sering terjadi kepadatan hingga kemacetan di Pasar Tradisional Pangkalan Balai. Selain itu juga fasilitas yang ada di Pasar Tradisional Pangkalan Balai belum memadai seperti minimnya bak sampah dan tidak adanya lahan khusus untuk parkir kendaraan.

Sebagai salah satu upaya pemerintah dalam mengatasi permasalahan yang terjadi, pemerintah berupaya dengan melakukan relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai ke Pasar Baru Cangkring di Kelurahan Kedondong Raye yang terletak sejauh 4 km dari Pasar Pangkalan Balai. Adapun tujuan dari pembangunan Pasar Cangkring adalah untuk meningkatkan pelayanan, akses yang lebih baik kepada masyarakat konsumen dan pedagang sekaligus menjadikan pasar tradisional sebagai penggerak perekonomian daerah (Diskominfo Banyuasin, 2021). Pembangunan Pasar Cangkring ini diharapkan mampu memberikan kenyamanan kepada pedagang dan pembeli dalam melakukan transaksi sebagai sarana pertumbuhan dan pemulihan ekonomi masyarakat ibukota Kabupaten Banyuasin. Adapun selain itu tujuan dari pemindahan Pasar Pangkalan Balai adalah untuk menjadikan lokasi Pasar Pangkalan Balai ini menjadi taman rekreasi, pusat kuliner dan gedung olahraga (Diskominfo Banyuasin, 2021). Saat ini Pasar Tradisional Pangkalan Balai masih beraktivitas seperti biasanya. Di sisi lain pada Pasar Cangkring saat ini masih dalam tahap penambahan los/kios guna dapat menampung seluruh pedagang dari pasar Pangkalan Balai.

Berdasarkan hasil observasi dilapangan mengenai proses relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai ke Pasar Tradisional Cangkring terdapat kendala yang dihadapi. Tidak semua pedagang bersedia direlokasi karena berbagai alasan seperti tingkat penjualan yang menurun, jauh dari permukiman, naiknya biaya sewa los/kios dan potensi kriminalitas yang tinggi. Permasalahan-permasalahan tersebut menjadi alasan banyak pedagang tidak mau direlokasi ke Pasar Tradisional Cangkring.

Oleh karena itu, perlunya strategi relokasi pasar untuk mengatasi permasalahan yang ada di pasar Pangkalan Balai agar dapat menampung seluruh pedagang yang tidak memiliki los/kios. Salah satu untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan memindahkan pedagang pasar Pangkalan Balai ke Pasar Cangkring yang berpotensi sebagai pusat pasar utama di Banyuasin III. Penelitian ini diharapkan dapat merumuskan strategi relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raya Kabupaten Banyuasin. Berdasarkan dengan penjelasan tersebut, maka penelitian ini menarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raya Kabupaten Banyuasin".

1.2 Rumusan Masalah

Pasar Pangkalan Balai merupakan pasar utama yang menjadi salah satu pusat kegiatan transaksi jual beli masyarakat Kecamatan Banyuasin III dan merupakan penyumbang terbesar dalam pendapatan asli daerah (PAD) . Pasar Pangkalan Balai ini berdiri pada tahun 1984 dengan luas lahan 10.930 m² dan jumlah pedagang 1.183 yang sudah terbagi di masing-masing los dan kios yang berjumlah 717/petak. Lokasi Pasar Pangkalan Balai terletak di Kelurahan Pangkalan Balai Kecamatan Banyuasin III. Namun, seiringnya waktu pasar Pangkalan Balai ini semakin meningkat jumlah pedagang dan menurunnya tingkat fasilitas pasar serta terjadinya ketidaknyamanan dalam berbelanja.

Melihat fenomena tersebut, maka diketahui bahwa Permasalahan pasar saat ini adalah kurangnya daya tampung pasar, tidak adanya lahan parkir, tidak adanya bak sampah dan pedagang kaki lima yang berdagang sembarangan. Sebagai salah satu upaya pemerintah dalam mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah berupaya melakukan relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai ke Pasar Baru Cangkring. Dalam proses relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai ke Pasar Tradisional Cangkring terdapat kendala yang dihadapi. Tidak semua pedagang bersedia direlokasi karena berbagai alasan seperti tingkat penjualan yang menurun, jauh dari permukiman, naiknya biaya sewa los/kios dan potensi

kejahatan yang tinggi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pertanyaan dalam penelitian ini menarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Bagaimana strategi relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye Kabupaten Banyuasin?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi relokasi Pasar Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye Kabupaten Banyuasin.

1.4 Sasaran Penelitian

Dalam rangka mendukung tujuan penelitian, maka terdapat beberapa sasaran yang ingin dicapai yaitu:

1. Mengidentifikasi kondisi Pasar Tradisional Cangkring di Kedondong Raye
2. Menganalisis faktor internal dan eksternal Pasar Tradisional Cangkring di Kedondong
3. Merumuskan strategi relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring

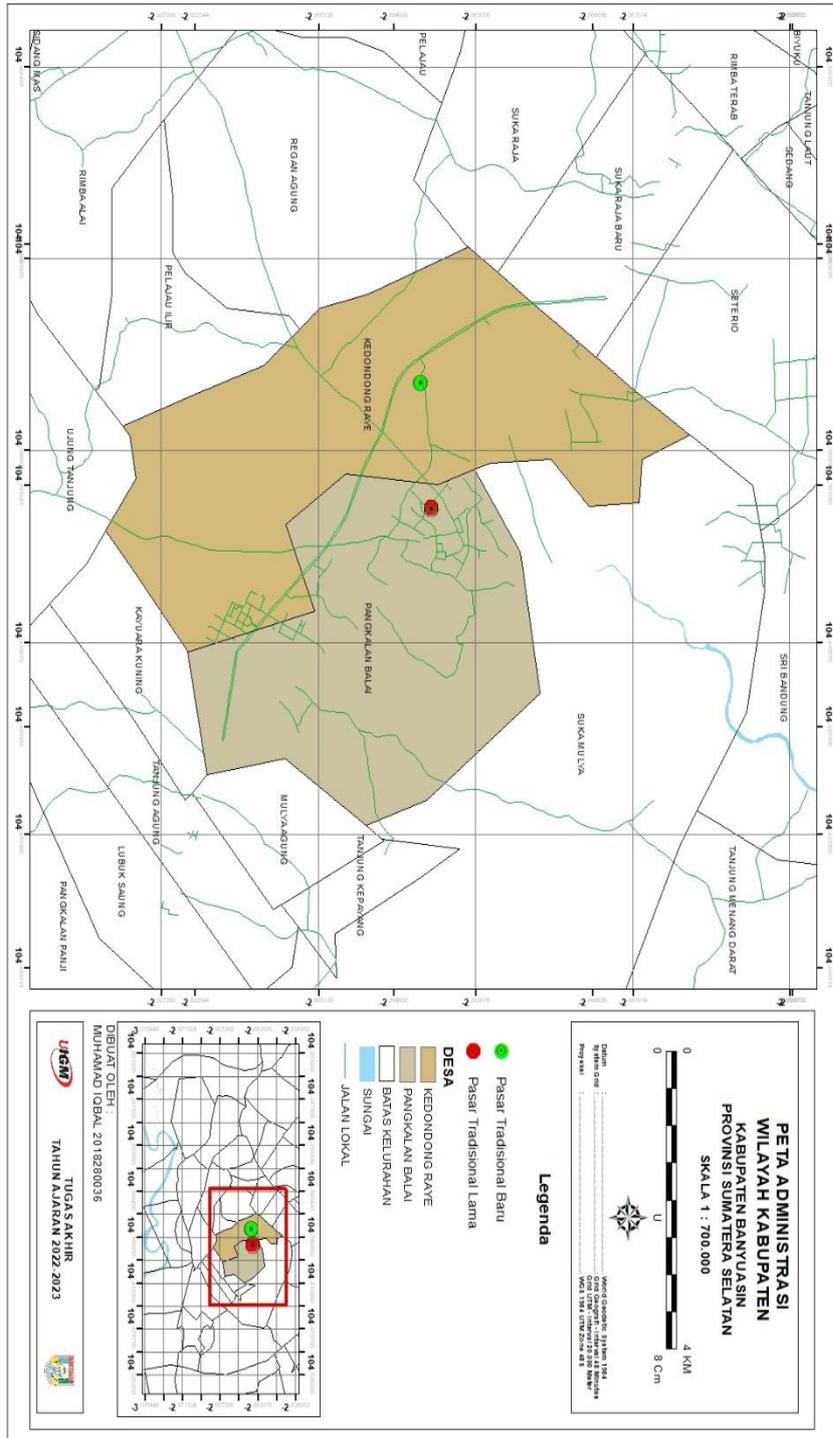
1.5 Ruang Lingkup

Ruang Lingkup yang digunakan dalam penelitian ini meliputi ruang lingkup wilayah dan ruang lingkup materi.

1.5.1 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah dalam penelitian ini adalah Kecamatan Banyuasin III yang berada pada Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. Luas wilayah kecamatan Banyuasin III 294,20 km² dengan Jumlah penduduk di Kecamatan Banyuasin III sebanyak 66.420 jiwa. Kecamatan Banyuasin III terdiri dari 26 Desa/kelurahan. Secara administrasi kecamatan Banyuasin III berbatasan dengan :

Batas Utara : Berbatasan dengan kecamatan Pulau Rimau
Batas Selatan : Berbatasan dengan Rantau Bayur
Batas Timur : Berbatasan dengan Kota Palembang
Batas Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Musi Banyuasin



Gambar 1. 1 Peta Administrasi Kelurahan

Sumber: Hasil Olah Peneliti 2022

1.5.2 Ruang Lingkup Materi

Berdasarkan tujuan penelitian maka ruang lingkup materi dalam penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai. Penelitian ini dilakukan karena berdasarkan isu permasalahan yang ada dilokasi penelitian dan didukung dengan penelitian terdahulu dan teori dari berbagai sumber. Dalam penelitian ini memiliki beberapa lingkup materi yaitu:

- a. Data yang digunakan yaitu:
 - Data primer terkait penelitian
 - Data sekunder terkait penelitian
- b. Pengolahan data yang digunakan yaitu:
 - Merumuskan strategi relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai yang tepat
 - Reduksi data, penyajian data dan kesimpulan
 - SWOT
- c. Informasi yang dihasilkan yaitu:
 - Informasi langsung wawancara dari informan terkait aspek yang ditemui dan didasarkan dengan pedoman observasi yang telah ditentukan
 - Informasi hasil dari dokumentasi
 - Informasi dari data sekunder yang diperoleh dari instansi terkait
- d. Metode yang digunakan yaitu:
 - Kualitatif
 - Observasi
 - Wawancara
 - Dokumentasi

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah keilmuan tentang strategi relokasi pasar berbasis ilmu Perencanaan Wilayah dan Kota, ilmu yang dapat diambil mulai dari mengenali potensi wilayah yang strategis, mengetahui karakteristik wilayah dan pembuatan keputusan strategi.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Institusi

Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk bahan informasi dan acuan sebagai pertimbangan pemerintah Daerah Kecamatan Banyuasin III untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai serta mendapatkan rekomendasi strategi relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai.

2. Bagi Masyarakat

Bagi Masyarakat, untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait kekuatan dan peluang pada strategi relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai.

1.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dari hasil-hasil penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan sebagai bahan perbandingan dan kajian. Adapun hasil-hasil penelitian yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu mengenai strategi relokasi pasar tradisional sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul	Metode	Lokasi	Hasil
1.	Nabila Utami Siregar (2020)	Strategi Relokasi Pasar Induk Cureh Kabupaten Bireuen	Kualitatif	Pasar Induk Cureh Kabupaten Bireuen	Strategi relokasi Pasar Induk Cureh Kabupaten Bireuen sudah berjalan dengan efektif seperti adanya tanggung jawab Dinas Penanaman Modal, Perdagangan, Koperasi dan UKM yang sudah dilaksanakan dengan baik. Pengawasan yang dilaksanakan oleh Dinas Penanaman Modal, Perdagangan, Koperasi Dan UKM Kabupaten Bireuen dilakukan dengan cara pemantauan terhadap para pedagang yang direlokasi di Pasar Induk Cureh serta melakukan penegasan terhadap para pedagang yang masih berjualan di pasar lama.
2.	Eva Yuliyanti (2018)	Pengaruh Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang	Deskriptif kualitatif	Pasar Tradisional Modern 24 Tejo Agung	Relokasi pedagang sangat berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang. Dari 10 sampel yang diambil ada 7 pedagang yang mengalami penurunan pendapatan dan 3 pedagang yang mengalami penurunan pendapatan. menurunnya pendapatan para pedagang dikarenakan pasar kurang strategis (sulit dijangkau) sulit mencari pelanggan baru, pasar yang beroperasi malam hari membuat sepi pembeli, dan masih banyaknya pedagang yang kembali bertahan di Pasar Kopindo Metro.
3.	Muharramah Akbar (2020)	Implementasi Kebijakan Relokasi Pedagang Pasar Tradisional di Teluk Kuantan Singingi	Kualitatif	Pasar Tradisional di Teluk Kuantan Singingi	Adapun faktor-faktor penghambat dalam implementasi kebijakan relokasi pedagang pasar tradisional di Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singingi adalah kesadaran pedagang dan biaya perpindahan.

4.	Rudi Laksono (2013)	Analisis Relokasi Pasar Ngarsopuro di Kota Surakarta	Kuantitatif	Pasar Ngarsopuro di Kota Surakarta	Hasil analisa rata-rata jumlah tenaga kerja para pedagang di Pasar Ngarsopuro menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan sebelum dan sesudah dipindah mengalami penurunan. Sebanyak 28 pedagang yang tidak ikut serta dalam relokasi pasar dan memilih lokasi usaha yang lain untuk berjualan.
5.	Angkasawati, Devi Milasar (2021)	Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung	Kualitatif.	Pasar tradisional Boyolangu Desa Boyolangu Kecamatan Boyolangu Kabupaten Tulungagung.	Faktor yang menghambat dari pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan minat pengunjung antara lain : adanya masyarakat yang kurang sadar diri dengan membuang sampah di sekitar pasar, pengemasan barang-barang dagangan yang kurang menarik, saluran air yang sering tersumbat.
6.	Rersti Putri Lestari (2019)	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Baru Stabat)	Kualitatif Dengan Matriks SWOT.	Pasar Baru Stabat, yang bertempat di Jalan Perniagaan Kelurahan Stabat Baru Kecamatan Stabat Kabupaten Langkat.	Kondisi internal Pasar Baru Stabat kuat berdasarkan hasil analisis faktor strategis internal dengan nilai total skor sebesar 2,88. Sedangkan untuk nilai total skor faktor lingkungan eksternal sebesar 3,00 yang berarti Pasar Baru Stabat merespon dengan baik kondisi eksternal baik peluang maupun ancaman.
7.	Maria Putri Arisanty (2019)	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Blimbing di Kota Malang	Analisa Deskriptif kualitatif, dan Analisis SWOT	Pasar Blimbing Di Kota Malang	Terdapat 6 strategi pengembangan Pasar Blimbing yaitu aksesibilitas, bangunan pasar, kenyamanan, keamanan, estetika dan aspek institusional. Strategi pengembangan Pasar Blimbing yang paling dibutuhkan menurut pedagang adalah penyediaan lahan parkir dan tempat bongkar muat barang.
8.	Sonya Lisabel (2019)	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja	Metode survei. Analisis data yang digunakan yaitu Analisis SWOT dan AHP (Analytic	Pasar Tradisional Kasih yang berlokasi di Kelurahan Naikoten 1 Kecamatan Kota	Alternatif strategi pengembangan pasar Kasih yaitu meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar menawar, meningkatkan promosi menggunakan teknologi, meningkatkan kerja sama antara pengelola dan pedagang, dan memberikan

		Kota Kupang	Hierarchy Process).	Raja.	sosialisasi kepada pedagang. Prioritas dalam strategi pengembangan pasar tradisional Kasih yaitu meningkatkan fasilitas dan mempertahankan sistem tawar menawar.
9.	Yayan Hikmayani (2014)	Strategi Pengembangan Pasar Bandeng (Chanos-chanos sp) Market Development Strategy of Milkfish (Chanos-chanos sp)	Metode penelitian menggunakan survey dengan pengambilan responden dilakukan secara purposive sampling dan Focus Group Discussion (FGD) serta Expert Judgement Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif.	Pasar bandeng	Hasil Analisis QPSM urutan prioritas langkah-langkah strategi tersebut adalah 1) Intensifkan budidaya di lokasi potensial dengan skor total atraktif sebesar 7,7; 2) pembangunan infrastruktur di lokasi sentra produksi dengan skor total atraktif sebesar 7,5; 3) meningkatkan promosi pasar di negara tujuan ekspor dengan skor total atraktif sebesar 8,8
10.	Sulis Rochayatun (2018)	Strategi Pengembangan Pasar Daerah Berbasis Komuditas Unggulan	Penelitian lapangan (Field Research) dengan menggunakan pendekatan Deskriptif Kuantitatif dan menggunakan metode analisis SWOT	Penelitian ini dilakukan di 14 pasar daerah yang berada di wilayah administrasi Kabupaten Pasuruan dan menyertakan 5 pasar desa.	untuk faktor kelemahan (weakness) yang paling menonjol yaitu keberadaan sanitasi yang belum memadai (drainase tidak berfungsi secara baik, kondisi kamar mandi dan toilet, air bersih belum semua tersedia, desinfeksi pasar belum dilakukan, belum bebas dari vector/bintang penular penyakit seperti lalat, kecoa, tikus).
11.	Rohmat Wahyudi	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam	Metode analisis deskriptif dengan	Pasar Arriyadh Mampang	Analisis strategi pengembangan pasar dalam meningkatkan kepuasan pedagang di pasar Arriyadh

	(2019)	Meningkatkan Kepuasan Pedagang	pendekatan kualitatif	Jakarta Selatan	mencakup empat aspek diantaranya aspek sosial, aspek non fisik, aspek ekonomi dan aspek fisik. Dari analisis keempat aspek tersebut para pedagang merasa belum puas, karena sistem penindak lanjutan keluhan dan saran yang lambat, sarana dan prasarana yang belum optimal dan kesejahteraan pedagang dalam hal pendapatan tidak maksimal (menurun).
12.	Bani Astiti (2016)	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang	kualitatif deskriptif menggunakan analisis SWOT	Pasar tradisional di Kota Semarang	Strategi pengembangan pasar tradisional dengan skor tertinggi yaitu Optimalisasi Pembangunan dan revitalisasi pasar tradisional dengan dilengkapi kemudahan akses bagi pengunjung maupun pedagang dan Pengembangan pasar tradisional dengan memanfaatkan potensi dan ciri khas yang dimiliki.
13.	Dwi Susanti (2014)	Strategi Pengembangan Pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur	Kualitatif menggunakan analisis SWOT dan AHP	Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Denpasar Timur	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
14.	Harisudin (2016)	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Yang Berorientasi Pada Kepuasan Masyarakat di Surakarta	Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analisis. Metode Analisis Matrik Profil Persaingan	Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive yaitu dipilih Pasar Legi. Hal ini dikarenakan Pasar Legi merupakan	Faktor keberhasilan penting yang paling disenangi konsumen di Pasar Legi adalah 3 macam, yaitu harga yang murah, jam operasional pasar yang lama, serta banyaknya jumlah setiap produk yang dijual. Berdasarkan matriks QSPM, maka prioritas strategi yang sebaiknya diterapkan Pengelola Pasar Legi adalah menata ulang pengelompokan jenis barang

				pasar induk yang berada di Kota Surakarta.	dagangan.
15	Dyah Arum Istiningtyas (2008)	Analisis Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Bogor	Kualitatif	Pasar Tradisional Di Kota Bogor	Kebijakan yang dilakukan Pemda Kota Bogor untuk meningkatkan kontribusi sektor perdagangan adalah meningkatkan aktivitas pasar-pasar tradisional
16	Darmawan (2014)	Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu Kecamatan Denpasar Timur	Kualitatif	Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu Kecamatan Denpasar Timur	Hasil identifikasi dan evaluasi prioritas strategi pengembangan pasar tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu “memperbaharui manajemen Pasar Tradisional Kertha”.
17	Suryadi (2014)	Strategi Pengembangan Pasar Segar Depok	Kualitatif	Pasar Segar Depok	Strategi yang dilakukan untuk bisa bersaing dan tidak kalah dengan pasar modern yang ada dan pedagang serta pelanggan merasa puas berdagang dan berbelanja dipasar tersebut.
18	Istikhomah (2016)	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Yang Berorientasi Pada Keputusan Masyarakat Di Surakarta	Deskriptif Analisis	Pasar Tradisional Di Surakarta	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa faktor keberhasilan penting yang paling disenangi konsumen di Pasar yaitu: harga yang murah, jam operasional pasar yang lama, dan banyaknya jumlah setiap produk yang dijual.

Sumber: Nabila Utami Siregar (2020), Eva Yuliyanti (2018), Muharramah Akbar (2020), Rudi Laksono (2013), Angkasawati, Devi Milasar (2021), Rersti Putri Lestari (2019), Maria Putri Arisanty (2019), Sonya Lisabel (2019), Yayan Hikmayani (2014), Sulis Rochayatun (2018), Rohmat Wahyudi (2019), Bani Astiti (2016), Dwi Susanti (2014),. Harisudin (2016), Dyah Arum Istiningtyas (2008), Darmawan (2014), Suryadi (2014), Istikhomah (2016)

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu pada tabel 1.1, maka penelitian yang berkaitan dengan strategi relokasi pasar tradisional telah banyak dilakukan oleh peneliti lainnya yang di mana dengan banyaknya berbagai macam lokasi penelitian, metode dan fokus penelitian, dan hasil-hasil penelitian yang bervariasi. Hal ini dapat di jelaskan sebagai berikut :

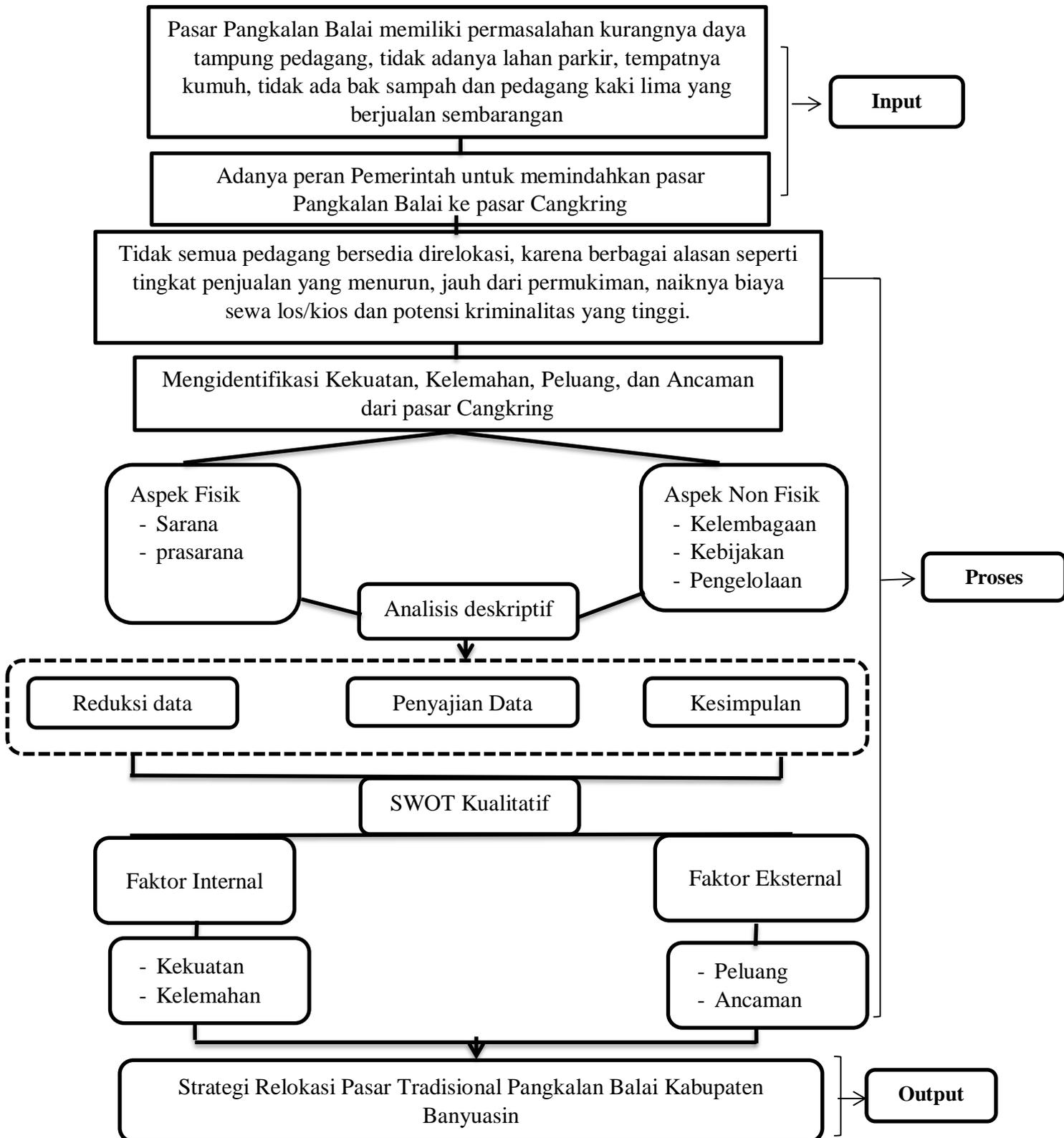
- a) Lokasi penelitian yang berkaitan dengan strategi relokasi pasar tradisional telah banyak dilakukan yang di mana lokasinya yang berbeda-beda dari tingkat desa maupun daerah kota lainnya di Indonesia. Atas pertimbangan lokasi penelitian. Maka penelitian ini dilakukan di daerah sumatera selatan dengan mengambil satu lokasi yaitu di pasar tradisional Pangkalan Balai, Kecamatan Banyuasin III, Kabupaten Banyuasin.
- b) Metode dalam penelitian yang berkaitan dengan strategi relokasi pasar tradisional telah banyak dilakukan menggunakan metode penelitian yang bervariasi dengan menggunakan pendekatan yang sesuai dengan focus pada penelitian. Pada dasarnya, metode penelitian yang digunakan pada penelitian-penelitian sebelumnya lebih didominasi oleh metode kualitatif dibandingkan dengan kuantitatif, baik dari segi pendekatan, pengumpulan data, dan analisis data. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif yang bersifat deskriptif.
- c) Substansi penelitian berdasarkan penelitian sebelumnya cenderung fokus pada permasalahan strategi relokasi pasar tradisional yang ada daerah-daerah kota lainnya di Indonesia yang tentunya berkaitan dengan substansi penelitian yang telah di uraikan sebagai berikut yaitu strategi relokasi pasar tradisional, strategi relokasi pasar tradisional yang berorientasi pada keputusan masyarakat, strategi relokasi pasar daerah berbasis komoditas unggulan, strategi relokasi pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang, serta strategi relokasi pasar tradisional dalam meningkatkan minat pengunjung.

Berdasarkan penjelasan diatas, Hal yang sama dan membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dimana dari segi pemilihan lokasi yang berbeda tempatnya. Pertama penelitian ini dilakukan di pasar tradisional

Pangkalan Balai, Kecamatan Banyuasin III, Kabupaten Banyuasin. Kedua dalam pemilihan metode penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan metode penelitian kualitatif dibandingkan dengan kuantitatif. Hal ini sama juga dengan penelitian sekarang yang dimana penelitian sekarang menggunakan metode penelitian kualitatif. Ketiga, substansi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah strategi relokasi pasar tradisional yang akan dijabarkan secara deskriptif dalam konsep dan teori-teori tentang strategi relokasi pasar tradisional.

Dari penjabaran terhadap persamaan dan perbedaan peneliti sebelumnya dengan sekarang ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat melengkapi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan strategi relokasi pasar tradisional. Hal ini dapat dilihat dari berbagai lokasi penelitian, metode penelitian dan substansi penelitian.

1.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 2 Kerangka Pemikiran
Sumber: Hasil Olah Peneliti 2022

1.9 Sistematika Penulisan

Sub bahasan ini akan membahas mengenai isi dari laporan secara singkat dan dapat memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai isi dari laporan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, sasaran penelitian, ruang lingkup penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas tentang rujukan teori dan materi yang berhubungan/memperkuat pengambilan keputusan dan identifikasi terhadap data dan analisa yang akan dilakukan dalam penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang jenis penelitian, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data, teknik analisis data

BAB IV GAMBARAN UMUM

Bab ini membahas tentang gambaran umum wilayah studi dalam penelitian

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang pembahasan mengenai penelitian

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini peneliti menyimpulkan hasil pembahasan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Strategi Relokasi

Menurut Akdon (2011) menyebutkan bahwa strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi organisasi dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Menurut Lestari (2019) strategi adalah cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan berdasarkan analisa yang dilakukan terhadap faktor internal dan eskternal. Strategi dibutuhkan pada setiap kegiatan maupun bisnis untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Termasuk juga dalam proses relokasi pasar dibutuhkan suatu strategi agar tujuan yang telah ditentukan dapat tercapai.

Menurut Purnomo (2016) relokasi adalah pemindahan pedagang dari suatu tempat ketempat lain dikarenakan adanya penyimpangan dari para pedagang atau pengalihan fungsi terhadap tempat para pedagang, relokasi tidak hanya memindahkan saja akan tetapi juga mempertimbangkan tempat untuk dijadikan relokasi, karena pedagang bisa jadi kehilangan pelanggan, akses yang mudah dan biaya yang murah ketika pemerintahan tidak memberikan tempat yang strategi. Musthofa (2011) menyatakan bahwa lokasi dan tempat relokasi baru merupakan faktor penting dalam perencanaan relokasi, karena sangat menentukan kemudahan menuju lahan usaha, jaringan sosial, pekerjaan, bidang usaha, kredit dan peluang pasar. Setiap lokasi mempunyai yang sama baik dengan kawasan yang dahulu (tempatnya yang lama) dari segi karakteristik lingkungan, sosial budaya dan ekonomi akan lebih memungkinkan relokasi dan pemilihan pendapat berhasil. Idealnya tempat relokasi baru sebaiknya secara geografis dekat dengan tempat lama asli untuk mempertahankan jaringan sosial dan ikatan masyarakat yang sudah baik.

Berdasarkan kesimpulan mengenai strategi relokasi pasar tradisional yang ada di atas, maka dapat dikatakan bahwa strategi relokasi pasar tradisional adalah menyusun rencana sesuai tujuan yang ingin dicapai agar proses pemindahan

tempat untuk aktivitas jual-beli secara tawar menawar antara pedagang dan pembeli dari lokasi lama ke lokasi baru yang lebih baik. Pemerintah mempunyai kewajiban untuk melakukan pengelolaan dan perlindungan pasar tradisional untuk mewujudkan kondisi pasar yang tertata rapi, bersih, nyaman, aman dan mampu menstimulasi pedagang dan pembeli bertransaksi secara lebih intensif. Strategi relokasi dapat dilakukan dengan syarat memprioritaskan kesempatan memperoleh tempat usaha bagi pedagang pasar tradisional.

2.2 Dasar Hukum Relokasi

Dasar Hukum terkait dengan Relokasi Pasar adalah sebagai berikut:

- a. Peraturan Presiden mor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- b. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M-DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 56/M-DAG/PER/9/2014.
- c. Peraturan Menteri dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2012 tentang Pedoman Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima (Berita Negara Republik Indonesia tahun 2012 Nomor 607).

Peraturan –peraturan tersebut menjelaskan tentang Peraturan Presiden yang berkaitan dengan Penataan Pasar Tradisional dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima. Supaya dapat meningkatkan perkembangan daerah dan guna meningkatkan aktivitas Perdagangan masyarakat, maka Pemerintah Daerah berkewajiban untuk mengatur dan mengelola pasar agar aman, nyaman dan tertib.

2.3 Tujuan Relokasi

Adapun beberapa tujuan yang ingin dicapai dari relokasi pasar yaitu sebagai berikut:

- a. Memberdayakan pengusaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional pada umumnya, agar mampu berkembang, bersaing, tangguh, maju, mandiri dan dapat meningkatkan kesejahteraannya.

- b. Mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern di suatu wilayah tertentu agar tidak merugikan dan mematikan pasar tradisional, mikro, kecil, menengah dan koperasi yang telah ada dan memiliki nilai historis dan dapat menjadi asset daerah.
- c. Menciptakan kesesuaian dan keserasian lingkungan berdasarkan tata ruang wilayah.
- d. Mendorong terciptanya partisipasi dan kemitraan publik serta swasta dalam penyelenggaraan usaha perpasaran antara pasar tradisional dan pasar modern.
- e. Memberikan perlindungan kepada usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi serta pasar tradisional.

Berdasarkan dari penjelasan tersebut, bahwasannya relokasi pasar memiliki tujuan supaya para pedagang bisa mengembangkan usaha mereka, meningkatkan kesejahteraan para pedagang, dan yang terpenting tujuan relokasi adalah supaya para pembeli merasa nyaman, aman berada dipasar pada saat berbelanja.

2.4 Definisi Pasar

Secara umum, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli. Berdasarkan Peraturan Presiden RI No.112 Tahun 2007, pasar adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plaza, pusat perdagangan ataupun sebutan lainnya Arif (2013). Dalam Peraturan Presiden RI No.112 Tahun 2007, pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya, masyarakat atau koperasi dengan usaha kecil, modal kecil, dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar Adelianna (2017).

Menurut Rukhiyati (2019) dari definisi ini, ada empat poin penting yang menonjol yang menandai terbentuknya pasar, yaitu :

1. Ada penjual dan pembeli.
2. Mereka bertemu di sebuah tempat tertentu.
3. Terjadi kesepakatan di antara penjual dan pembeli, sehingga terjadi
4. jual beli atau tukar menukar.
5. Antara penjual dan pembeli kedudukannya sederajat.

Istilah pasar mengandung pengertian yang beraneka ragam. Ada yang mendefinisikannya sebagai tempat pertemuan antara penjual dan pembeli, barang atau jasa yang ditawarkan untuk dijual, dan terjadinya perpindahan kepemilikan. Selain itu ada pula definisi yang menyatakan bahwa pasar adalah permintaan yang dibuat oleh sekelompok pembeli potensial terhadap suatu barang atau jasa. Menurut Peraturan Daerah Kota Palembang Nomor 5 tahun 2007 pasar adalah adalah suatu lokasi tertentu beserta bangunan di atasnya yang dimiliki dan ditetapkan oleh Pemerintah Kota dan atau pihak swasta sebagai tempat dilakukannya transaksi jual beli barang dan jasa secara langsung antara masyarakat umum dengan para pedagang atau para pelaku usaha di pasar.

Pasar dapat terbentuk dengan adanya syarat-syarat yaitu adanya penjual, adanya pembeli, tersedianya barang yang tempat transaksi jual beli antara penjual (pedagang) dan pembeli (konsumen) memiliki peran dan fungsi penting dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Jadi dapat disimpulkan dari pengertian diatas, bahwa pasar adalah suatu tempat bertemunya antara penjual dan pembeli yang dalam sebuah transaksinya terdapat negosiasi atau tawar menawar antara penjual dan pembeli tersebut (Zein, 2020).

2.4.1 Jenis-jenis Pasar

Menurut Devi (2013) pasar ditinjau dari kegiatannya dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu pasar tradisional dan pasar modern, sebagai berikut:

- a) Pasar Tradisional, merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung, bangunannya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran

terbuka yang dibuka penjual maupun suatu pengelola pasar. Pada pasar tradisional ini sebagian besar menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, barang elektronik, jasa, dll. Selain itu juga menjual kue tradisional dan makanan nusantara lainnya.

Sistem yang terdapat pada pasar ini dalam proses transaksi adalah pedagang melayani pembeli yang datang ke stand mereka dan melakukan tawar-menawar untuk menentukan kata sepakat pada harga dengan jumlah yang telah disepakati sebelumnya. Pasar seperti ini umumnya dapat ditemukan di kawasan pemukiman agar memudahkan pembeli untuk mencapai pasar.

Secara kuantitas, pasar tradisional umumnya mempunyai ketersediaan barang yang jumlahnya sedikit sesuai dengan modal yang dimiliki pemilik atau permintaan dengan konsumen. Dari segi harga, pasar tradisional tidak memiliki label harga yang pasti karena harga disesuaikan dengan besarnya keuntungan harga yang diinginkan oleh setiap pemilik usaha sendiri-sendiri. Selain itu harga pasar selalu berubah-ubah, sehingga bila menggunakan label harga lebih sedikit merepotkan karena harus mengganti-ganti label harga yang sesuai dengan perubahan yang ada di pasar.

Tipe pasar tradisional sebenarnya sangatlah beragam jenisnya, dan dalam pertumbuhannya telah berlangsung lama. Masing-masing pasar menetapkan peran, fungsi serta bentuknya sendiri-sendiri. Bila umumnya mereka berfungsi sebagai pasar pengecer, di kota-kota besar menjadi grosir. Beberapa pasar ada yang mengkhususkan pada penjualan komoditi tertentu, seperti hewan atau ternak, buah, dan sebagainya. Adapun waktu kegiatan perdagangannya pasar tradisional ini dikenal adanya pasar harian dan periodik tertentu, misalkan ada pasar Legi, pasar Kliwon, pasar Pon, pasar Minggu, pasar jum'at dan masih ada yang lainnya, sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat akan komoditas pasar yang tidak selalu harus dipenuhi setiap hari.

b) Pasar Modern, merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli dan ditandai adanya transaksi jual beli secara tidak langsung. Pembeli melayani kebutuhannya sendiri dengan mengambil di rak-rak yang sudah ditata sebelumnya. Harga barang sudah tercantum pada tabel-tabel yang terdapat pada rak-rak tempat barang tersebut diletakkan dan merupakan harga pasti yang tidak bisa ditawar. Pada dasarnya pasar modern dikelola dengan manajemen modern yang terdapat pada kawasan perkotaan, sebagai penyedia barang dan jasa dengan mutu dan pelayanan yang baik kepada konsumen yang pada umumnya anggota kalangan menengah keatas.

Barang yang dijual ditoko modern memiliki berbagai macam jenis barang, selain menyediakan barang-barang lokal, toko modern juga menjual barang impor. Barang yang dijual juga memiliki kualitas yang terjamin karena telah melalui pemeriksaan terlebih dahulu sebelum barang tersebut dijual, apabila ada barang yang tidak memenuhi kriteria akan ditolak.

Secara kuantitas, pasar modern umumnya mempunyai ketersediaan barang digudang yang terukur . dari segi harga, toko modern memiliki label harga yang pasti dalam arti disini harga yang sebelum maupun yang sesudah kena pajak. Pada dasarnya pasar modern dibedakan menjadi 9 tipe yaitu :

- 1) Minimarket : gerai yang menjual produk- produk eceran seperti warung kelontong dengan fasilitas pelayanan yang lebih modern.
- 2) Convenience : gerai ini mirip dengan minimarket dalam hal produk yang dijual, tetapi berbeda dalam harga, jam buka, dan luas ruangan maupun lokasi.
- 3) Special Store : merupakan toko yang memiliki ketersediaan lengkap sehingga konsumen tidak perlu pindah ke toko lain untuk membeli suatu barang dan harganya bervariasi dari yang terjangkau hingga yang mahal.

- 4) *Factory outlet* : Merupakan toko yang dimiliki perusahaan / pabrik yang menjual produk perusahaan tersebut, menghentikan perdagangan, membatalkan order, dan kadang kadang menjual barang kualitas nomor satu.
- 5) *Distro (Distribution Store)* : jenis toko di indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian atau diproduksi sendiri.
- 6) *Supermarket* : mempunyai luas 300 – 1100 yang kecil sedangkan yang besar 1100-2300 .
- 7) *Perkulakan atau gudang rabat* : menjual produk dalam kuantitas besar kepada pembeli non-konsumen akhir untuk tujuan dijual kembali atau pemakaian bisnis.
- 8) *Superstore* : toko serba ada yang memiliki variasi barang lebih lengkap dan luas yang lebih besar dari supermarket.
- 9) *Hipermarket* : luas ruangan diatas 5000 Pusat belanja yang terdiri dari dua macam yaitu mall dan trade center.

2.4.2 Klasifikasi Pasar Tradisional

Menurut Irawati (2022) klasifikasi pasar adalah pengelompokan kelas pasar rakyat untuk penerapan persyaratan umum, persyaratan teknis dan persyaratan pengelolaan. Berdasarkan SNI 8152:2015 tentang pasar rakyat, klasifikasi pasar rakyat terbagi menjadi 4 (empat) tipe, yaitu :

1. Tipe I, merupakan pasar rakyat dengan jumlah pedagang lebih dari 750 (tujuh ratus lima puluh) orang.
2. Tipe II, merupakan pasar rakyat dengan jumlah pedagang antara 501 (lima ratus satu) hingga 750 (tujuh ratus lima puluh) orang.
3. Tipe III, merupakan pasar rakyat dengan jumlah pedagang antara 250 (dua ratus lima puluh) hingga 500 (lima ratus) orang.
4. Tipe IV, merupakan pasar rakyat dengan jumlah pedagang kurang dari 250 (dua ratus lima puluh) orang.

Dari penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa pasar tradisional rakyat Pangkalan Balai termasuk ke dalam kategori pasar kelas I karena memiliki jumlah pedagang yaitu 1.004 orang. Selanjutnya klasifikasi pasar menurut Devi (2013) pasar umum yaitu pasar yang berisi barang-barang yang beraneka ragam. Dalam pasar umum terdapat dua kriteria pasar di dalamnya, yaitu:

- a. Kriteria pasar sesuai dengan kelasnya
 - i. Kelas I, Luas lahan dasaran minimal 2000m². Tersedia fasilitas : tempat parkir, tempat bongkar muat, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - ii. Kelas II, Luas lahan dasaran minimal 1500m². Tersedia fasilitas : tempat parkir, tempat promosi, tempat pelayanan kesehatan, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana pengolahan kebersihan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - iii. Kelas III, Luas lahan dasaran minimal 1000m². Tersedia fasilitas : tempat promosi, tempat ibadah, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - iv. Kelas IV, Luas dasaran minimal 500m². Tersedia fasilitas : tempat promosi, kantor pengelola, KM/WC, sarana pengamanan, sarana air bersih, instalasi listrik, dan penerangan umum.
 - v. Kelas V, Luas dasaran minimal 50m². Tersedia fasilitas : sarana pengamanan dan sarana pengelola kebersihan.
- b. Kriteria pasar sesuai dengan jenis dagangannya
 1. Golongan A
Barang : logam mulia, batu mulia, permata, tekstil, kendaraan bermotor, kebutuhan sehari-hari dan yang dipersamakan. Jasa: penukaran uang (money changer), perbankan dan yang dipersamakan.
 2. Golongan B

Barang: pakaian/sandang, pakaian tradisional, pakaian pengantin, aksesoris pengantin, sepatum sandal, tas, kacamata, arloji, aksesoris, souvenir, kelontong, barang pecah belah, barang plastik, obat-obatan, bahan kimia, bahan bangunan bekas/baru, dos, alat tulis, daging, bumbu, ikan basah, ikan asin, dan yang dipersamakan. Jasa: wartel, titipan kilat, salon, kemasan, agen tiket, koperasi, penitipan barang, jasa timbang, dan yang dipersamakan.

3. Golongan C

Barang : beras, ketan, palawija, jagng, ketela, terigu, gula, telur, minyak goreng, susu, garam, bumbu, berbagai jenis maknan, melinjo, kripik emping, kering-keringan mentah, mie, minuman, teh, kopi, buah-buahan, kolang kaling, sayur mayur, kentang, jajanan, bahan jamu tradisonal, tembakau, bumbu rokok, kembang, daun, unggas hidup, hewan peliharaan, makanan hewan, sangkar, obat-obatan hewan, tanaman hias, pupuk, obat tanaman, pot, ikan hias, akuarium, elektronik baru/bekas, onderdil baru/bekas, alat pertukangan baru/bekas, alat pertanian baru/bekas, kerajinan anyaman,gerabah, ember, seng, kompor minyak, sepeda baru/bekas, goni, karung gandum, majalah baru/bekas, koran, arang, dan yang dipersamakan. Jasa: penjahit, tukang cukur, sablon, gilingan dan yang dipersamakan.

4. Golongan D

Barang: rombengan, rongsokan, kertas bekas, koran bekas, dan yang dipersamakan. Jasa: sol sepatu, jasa patri, dan yang dipersamakan.

2.4.3 Sarana dan Prasarana Pasar

Menurut Midiyanti (2022) berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang bangunan gedung, dijelaskan bahwa prasarana dan sarana bangunan gedung adalah fasilitas kelengkapan di dalam dan di luar bangunan gedung yang mendukung pemenuhan terselenggaranya fungsi bangunan gedung. Menurut Setyowati (2022) berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 78 tahun 2013 tentang Petunjuk Teknis Penggunaan Dana Alokasi Khusus (DAK) Bidang

Sarana Perdagangan Tahun Anggaran 2014, dijelaskan bahwa ruang yang harus disediakan dalam pasar adalah bangunan utama berupa los dan/atau kios. Kemudian untuk sarana penunjang pasar adalah toilet/MCK, tempat pembuangan sampah, dan sarana ibadah. Lalu, sarana pendukung pasar lainnya adalah pos keamanan, pos ukur ulang, area parkir, akses masuk dan keluar pasar, dan kantor pengelola pasar.

Kemudian, menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 37 Tahun 2017 tentang Pedoman Pembangunan Sarana Perdagangan, dijelaskan bahwa pasar rakyat harus dilengkapi dengan sarana dan prasarana penunjang paling sedikit berupa kantor pengelola, toilet, pos ukur ulang, pos keamanan, ruang menyusui, ruang peribadatan, sarana pemadam kebakaran, tempat parkir, dan tempat penampungan sampah sementara. Sarana pasar adalah berupa bangunan pasar yang terdiri dari los dan kios, yang dilengkapi dengan prasarana berupa toilet, tempat ibadah, ruang menyusui, CCTV, pos keamanan, kantor pengelola pasar, pos kesehatan, pos ukur ulang, sarana pemadam kebakaran, area parkir, akses keluar dan masuk pasar, dan tempat pembuangan sampah.

2.4.4 Zonasi Pasar

Zonasi merupakan pengelompokkan komoditas yang memiliki sifat sejenis atau spesifikasi tertentu (Lieswidayanti 2018). Irawati (2022) menjelaskan bahwa zonasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu zonasi horizontal dan zonasi vertikal. Zonasi horizontal adalah pembagian area sesuai dengan jenis pangan atau komoditas yang disusun dalam satu lantai yang sama secara horizontal. Sementara zonasi vertikal adalah pembagian area sesuai dengan jenis pangan atau komoditas yang disusun antar lantai, dari lantai yang satu ke lantai yang lain secara vertikal.

Pada Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2015 tentang Pedoman Cara Ritel Pangan yang baik di pasar tradisional, dijelaskan bahwa bangunan, peralatan dan fasilitas pasar tradisional sebaiknya ditata, dirancang, dan dibangun sebagai berikut :

1. Pembagian area sesuai dengan jenis komoditi dan sifatnya seperti: area basah, kering, penjualan unggas hidup, pemotongan unggas. Tempat

penjualan daging babi sebaiknya pada area terpisah dari daging lainnya. Area pemotongan unggas hidup sebaiknya terpisah dari area daging yang sudah menjadi karkas. Pangan siap saji tidak boleh berdekatan dengan pangan segar.

2. Pembagian area (zonasi) diberi identitas yang jelas.
3. Tempat penjualan daging, karkas unggas, ikan ditempatkan di tempat khusus.
4. Setiap los/kios pada suatu area (zonasi) memiliki lorong yang lebarnya memberi keleluasaan untuk bergerak.
5. Setiap los/kios memiliki papan identitas yaitu nomor, nama pemilik, dan mudah dilihat.
6. Jarak tempat penampungan dan pemotongan unggas dengan bangunan pasar utama minimal 10 meter atau dibatas tembok pembatas dengan ketinggian minimal 1,5 meter.
7. Khusus untuk jenis pestisida, bahan berbahaya dan beracun (B3) dan bahan berbahaya lainnya ditempatkan terpisah dan tidak berdampingan dengan zona makanan dan bahan pangan.

2.4.5 Persyaratan, Kebutuhan/ Tuntutan, Standar Perencanaan dan Perancangan Pasar Tradisional

Berdasarkan SNI 8152:2015 tentang persyaratan, kebutuhan/ tuntutan, standar perencanaan dan perancangan pasar tradisional di bawah ini sebagai berikut :

a) Persyaratan Kesehatan Lingkungan Pasar

1. Lokasi
 - a) Lokasi sesuai dengan rencana umum tata ruang setempat
 - b) Tidak terletak pada daerah rawan bencana alam seperti bantaran sungai, aliran lahar, rawan longsor, banjir, dsb.
 - c) Tidak terletak pada daerah rawan kecelakaan atau daerah jalur pendaratan penerbangan termasuk sempadan jalan.

- d) Tidak terletak pada daerah bekas tempat pembuangan akhir sampah atau bekas lokasi pertambangan.
- e) Memiliki batas wilayah yang jelas antara pasar dan lingkungannya

2. Bangunan

2.1 Umum

Bangunan dan rancangan bangun harus dibuat sesuai dengan peraturan yang berlaku.

2.2 Penataan Ruang Dagang

- a) Pembagian area sesuai dengan jenis komoditi, sesuai dengan sifat dan kalsifikasinya seperti basah, kering, penjual unggas hidup, pemotongan unggas dll.
- b) Pembagian zoning yang diberi identitas.
- c) Tempat penjual daging, karkas unggas, dan ikan ditempatkan di tempat khusus.
- d) Setiap los memiliki lorong yang lebarnya minimal 1,5 meter.
- e) Setiap los memiliki papan identitas yaitu nomor, nama pemilik, dan mudah dilihat.
- f) Jarak tempat penampungan dan pemotongan unggas dengan bangunan pasar utama minimal 10 m atau dibatasi dengan tembok pembatas minimal ketinggian 1,5

2.3 Ruang Kantor Pengelola

- a) Ruang kantor memiliki ventilasi minimal 20% dari luas lantai.
- b) Tingkat pencahayaan ruangan minimal 100 lux.
- c) Tersedia ruangan bagi pengelola dengan tinggi langit-langit sesuai ketentuan yang berlaku.
- d) Tersedia toilet terpisah bagi laki-laki dan perempuan.
- e) Tersedia tempat cuci tangan dilengkapi dengan sabun air yang mengalir.

2.4 Tempat Penjual Bahan Pangan dan Makanan

2.4.1 Tempat Penjual Bahan Pangan Basah

- a) Mempunyai meja tempat jualan dengan permukaan yang rata dengan kemiringan yang cukup sehingga tidak menimbulkan genangan air dan tersedia lubang pembuangan air, setiap sisi memiliki sekat pembatas dan mudah dibersihkan, dengan tinggi minimal 60 cm dari lantai dan terbuat dari bahan tahan karat dan bukan dari kayu.
- b) Penyajian karkas daging harus digantung
- c) Alas pemotong tidak terbuat dari kayu, tidak mengandung bahan beracun, kedap air, dan mudah dibersihkan.
- d) Tersedia tempat untuk pencucian bahan pangan dan peralatan.
- e) Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.
- f) Saluran pembuangan limbah tertutup, dengan kemiringan sesuai ketentuan yang berlaku dan tidak melewati area penjualan.
- g) Tersedia tempah sampah kering dan basah, kedap air, tertutup dan mudah diangkat.
- h) Tempat penjualan bebas vektor penular penyakit dan tempat perindukannya seperti lalat, kecoa, tikus, dan nyamuk.

2.4.2 Tempat Penjual Bahan Pangan Kering

- a) Mempunyai meja tempat penjualan dengan permukaan yang rata dan mudah dibersihkan, dengan tinggi minimal 60 cm dari lantai.
- b) Meja tempat penjualan terbuat dari bahan yang tahan karat dan bukan dari kayu.
- c) Tersedia tempah sampah kering dan basah, kedap air, tertutup dan mudah diangkat.
- d) Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.

- e) Tempat penjualan bebas vektor penular penyakit dan tempat perindukannya seperti lalat, kecoa, tikus, dan nyamuk.

2.4.3 Tempat Penjual Makanan Jadi/Siap Saji

- a) Tempat penyajian makanan tertutup dengan permukaan yang rata dan mudah dibersihkan dengan tinggi minimal 60 cm dari lantai dan terbuat dari bahan yang tahan karat dan bukan dari kayu.
- b) Tersedia tempat cuci tangan yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.
- c) Tersedia tempat cuci peralatan dari bahan yang kuat, aman, tidak mudah berkarat, dan mudah dibersihkan.
- d) Saluran pembuangan air limbah dari tempat pencucian harus tertutup dengan kemiringan yang cukup.
- e) Tersedia tempat sampah kering dan basah, kedap air, tertutup dan mudah diangkat.
- f) Tempat penjualan bebas vektor penular penyakit dan tempat perindukannya seperti lalat, kecoa, tikus, dan nyamuk.

2.5 Area Parkir

- a) Adanya pemisah yang jelas pada batas wilayah pasar
- b) Adanya parkir yang terpisah berdasarkan alat angkut seperti mobil, motor, sepeda, andong, dan becak
- c) Tersedia area parkir khusus pengangkut hewan hidup dan hewan mati.
- d) Tersedia bongkar muat khusus yang terpisah dari tempat parkir dan pengunjung.
- e) Tidak ada genangan air
- f) Tersedia tempat sampah terpisah antara sampah kering dan basah dalam jumlah yang cukup, minimal setiap radius 10meter.
- g) Adanya tanda masuk dan keluar kendaraan secara jelas.
- h) Adanya tanaman penghijauan.

i) Adanya resapan air dipelataran parker

3. Sanitasi

3.1 Air bersih

- a) Tersedia air bersih dengan jumlah yang cukup setiap harinya secara berkesinambungan, minimal 40 liter perpedagang.
- b) Tersedia tandon air bersih dilengkapi dengan kran air yang tidak bocor.
- c) Jarak sumber air bersih dengan pembuangan limbah minimal 10 meter

3.2 Kamar mandi

- a) Tersedia kamar mandi laki-laki dan perempuan yang terpisah dilengkapi dengan simbol yang jelas dengan proporsi sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Jumlah Kamar Mandi Sesuai Jumlah Pedagang

NO	Jumlah Pedagang	Jumlah Kamar Mandi
1.	s.d 25	1
2.	26 s.d 50	2
3.	51 s.d 100	3

* Setiap penambahan 40-100 orang harus ditambah satu kamar mandi.

Sumber : KMK. No.519 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pasar Sehat (2008)

- b) Tersedia tempat cuci tangan dengan jumlah yang cukup yang dilengkapi dengan sabun dan air yang mengalir.
- c) Air limbah dibuang ke septick tank , riol atau lubang peresapan yang tidak mencemari tanah dengan jarak 10 meter dari sumber air bersih.
- d) Luas ventilasi minimal 20% dari luas lantai dengan pencahayaan 100 lux.

3.3 Pengelolaan Sampah

- a) Setiap kios/lorong/ los tersedia tempat sampah basah dan kering.

- b) Lokasi TPS tidak berada di jalur utama pasar dan berjarak minimal 10 meter dari bangunan pasar.

3.4 Drainase

- a) Selokan /drainase sekitar pasar tertutup dengan kisi-kisi yang terbuat dari logam sehingga mudah dibersihkan.
- b) Tidak ada bangunan los/kios diatas saluran drainase

4. Keamanan

4.1 Pemadam Kebakaran

- a) Tersedia pemadam kebakaran yang cukup dan berfungsi.
- b) Tersedia hydran air dengan jumlah cukup menurut ketentuan berlaku.

4.2 Keamanan

- a) Tersedia pos keamanan yang dilengkapi dengan personil dan peralatannya.

5. Fasilitas Lain

5.1 Tempat Sarana Ibadah

- a) Tersedia tempat ibadah dan tempat wudhu dengan lokasi yang mudah dijangkau dengan sarana bersih.
- b) Ventilasi dan pencahayaan sesuai dengan persyaratan.

5.2 Tempat Penjualan Unggas Hidup

- a) Tersedia tempat khusus yang terpisah dari pasar utama.
- b) Mempunyai akses masuk dan keluar kendaraan pengangkut unggas.
- c) Tersedia fasilitas pemotongan unggas umum yang memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Departemen Pertanian.
- d) Tersedia tempat cuci tangan.
- e) Tersedia saluran pembuangan limbah.
- f) Tersedia penampungan sampah yang terpisah dari sampah pasar.

2.5 Aksesibilitas

Berdasarkan SNI 8152:2015 tentang pasar rakyat, aksesibilitas adalah kemudahan hubungan ke, dari, dan di dalam bangunan pasar yang disediakan bagi semua orang termasuk penyandang cacat dan kendaraan. Sedangkan berdasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang bangunan gedung dijelaskan bahwa aksesibilitas pada bangunan gedung meliputi jalan masuk, jalan keluar, hubungan horizontal antar ruang, hubungan vertikal dalam bangunan gedung dan sarana transportasi vertikal, serta penyediaan akses evakuasi bagi pengguna bangunan gedung, termasuk kemudahan mencari, menemukan, dan menggunakan alat pertolongan dalam keadaan darurat bagi penghuni dan terutama bagi para penyandang cacat, lanjut usia, dan wanita hamil, terutama untuk bangunan gedung pelayanan umum. Navastara (2015) menjelaskan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada aksesibilitas adalah ketersediaan angkutan umum, kondisi jalan, ketersediaan terminal, kedekatan dengan fasilitas umum lainnya.

2.6 Strategi Relokasi Pasar Tradisional

Strategi untuk merelokasi pasar tradisional yang lebih baik adalah dengan memperhitungkan sosial ekonomi masyarakat, usaha mikro kecil, menengah dan toko modern. Menyediakan fasilitas yang menjamin pasar tradisional yang lebih bersih, sehat, higienis, aman, tertib dan ruang publik yang nyaman, menyediakan area parkir kendaraan bermotor dan tidak bermotor yang memadai didalam area bangunan dengan memperhitungkan area parkir satu buah kendaraan roda empat dan tempat untuk bongkar muat barang yang memadai. Menyediakan tempat pemberhentian kendaraan umum dan kejelasan pembagian blok tempat usaha yang sesuai penggolongan jenis barang dagangan dengan kelengkapan dan kecukupan sistem pelayanan, penerangan dan sirkulasi fasilitas umum seperti musholah, toilet umum, pemadam kebakaran dan sarana persampahan guna meningkatkan kualitas kebersihan dalam pasar tradisional. Dengan adanya relokasi pasar ke tempat yang lebih baik lagi dari sebelumnya itu merupakan suatu alasan supaya tempat untuk berdagang lebih layak, bersih, nyaman dan aman. Pedagang berharap dengan adanya relokasi pasar, penjualan meningkat dari

sebelumnya. Terkadang pedagang merasa takut untuk direlokasi, yang ditakutkan oleh pedagang ini adalah akan kehilangan pelanggan dan banyak persaingan dalam berdagang.

Permasalahan pemindahan Pasar Tradisional memiliki beragam kendala baik dari instansi pemerintah maupun dari pedagang itu sendiri. Seperti permasalahan yang ada di Pasar Tradisional Pangkalan Balai saat ini yang belum mau untuk direlokasi dikarenakan beberapa alasan pedagang menolak akan dipindahkan disebabkan beberapa alasan pedagang yang menjelaskan bahwa Pasar Cangkring jauh dari permukiman, tingkat jual beli akan menurun, naiknya biaya sewa los/kios, potensi tingkat kriminalitas yang tinggi dan kurangnya sosialisasi. Hal tersebut yang membuat para pedagang menolak akan dipindahkan. Oleh sebab itu pemerintah harus mempertimbangkan serta mencari solusi dalam memenuhi permintaan pedagang supaya para pedagang bersedia direlokasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode dengan pendekatan kualitatif yang mendeskripsikan fenomena-fenomena yang terjadi di pasar tradisional Pangkalan Balai dengan melihat langsung permasalahan yang ada. Untuk mendapatkan hasil dari permasalahan yang ada, maka peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif yang di mana peneliti perlu mengumpulkan data seperti data dari hasil observasi atau pengamatan, wawancara yang dikumpulkan lalu dideskripsikan, dokumentasi untuk mendukung penelitian dan literatur sebagai bahan referensi, sehingga dari data yang di dapat tersebut perlu dilakukannya analisis dengan menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisa terhadap permasalahan yang ada maka dapat dirumuskan strategi relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai ke Pasar Baru Cangkring.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan wilayah yang ingin di teliti oleh peneliti. Seperti menurut Sulistiyono (2011) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah Kepala Dinas Koperindag Kabupaten Banyuasin, Pengelola pasar dan pedagang yang berjualan di Pasar Tradisional Pangkalan Balai.

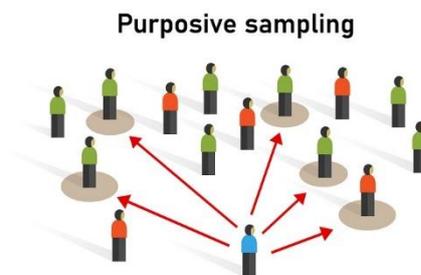
Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti oleh peneliti. Menurut Sulistiyono (2011) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada. Adapun sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Koperindag

Kabupaten Banyuasin, Pengelola pasar, dan pedagang yang berjualan di Pasar Tradisional Pangkalan Balai.

3.3 Teknik Penarikan Sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Purposive sampling adalah salah satu jenis teknik *non probability* sampling yang merupakan pengambilan sampel didasarkan pada kriteria-kriteria yang ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti. Sampel diambil bukan secara acak, namun ditentukan sendiri oleh peneliti.

Berikut sistem penggunaan *Purposive Sampling* dalam penarikan sampel:



Gambar 3. 1 Ilustrasi Purposive Sampling

Tabel 3. 1 Data Responden

No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Usia	Bidang Pekerjaan	Status Pernikahan
1.	Dera Candra	Laki-Laki	45	Pedagang Sayuran	Sudah menikah
2.	Sumarni	Perempuan	54	Pedagang Sayuran	Sudah menikah
3.	Mursinah	Perempuan	56	Pedagang ayam	Sudah menikah
4.	Armansyah	Laki-Laki	57	Pedagang Ikan	Sudah menikah
5.	Soraya	Perempuan	50	Pedagang Ayam	Sudah menikah
6.	Titin Nuryani	Perempuan	46	Pedagang Buah	Sudah menikah
7.	Siti Juleha	Perempuan	42	Pedagang Buah	Sudah menikah
8.	Nazirwan	Laki-Laki	48	Kasi Pembinaan Dan Pemberdayaan Pedagang	Sudah menikah
9.	Elmiyana	Perempuan	50	Kasi Pendataan, Pendapatan Dan Pembukuan	Sudah menikah
10.	Sujak	Laki-Laki	57	Kabid Pengelola Pasar	Sudah menikah

Sumber: Hasil Olah Peneliti 2023

Kriteria yang diambil berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pekerjaan. Berdasarkan jenis kelamin, sampel yang diambil yaitu berjenis laki-laki dan perempuan yang berusia 25-60 tahun. Adapun jenis pekerjaan yang di tentukan meliputi kepala Dinas Koperindag Kabupaten Banyuasin, pedagang, dan pengelola pasar. Untuk pedagang terbagi lagi menjadi pedagang buah, sayur, daging, ayam, ikan, pakaian, dan sembako.

3.4 Jenis Data

Pengumpulan data dilakukan dengan metode pengumpulan data primer dan data sekunder.

1. Pengumpulan Data Primer

Sumber data primer menurut muhammad (2008) data primer merupakan sumber data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber data asli. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan dokumentasi, observasi atau pengamatan langsung dilapangan dan wawancara. proses observasi, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan yakni dengan melakukan pengamatan ulang untuk melihat kesesuaian antara data yang didapat melalui instansi dengan kondisi langsung dilapangan, berupa aspek fisik dan aspek non fisik.

2. Pengumpulan Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder dapat diperoleh melalui instansi-instansi terkait baik dalam bentuk tabulasi maupun deskriptif. Jenis data tersebut antara lain seperti

- a. Jumlah pedagang berdasarkan kriteria
- b. Perda terkait pemindahan pasar dilokasi baru
- c. RTRW Kabupaten Banyuasin Tahun 2012-2032
- d. Luasan Pasar Pangkalan Balai dan Cangkring

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Riduwan (2010) teknik pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu :

a. Observasi

Metode ini dilakukan dengan cara mengunjungi Pasar tradisional Cangkring untuk mengumpulkan data yang ada di lapangan yang nantinya akan dianalisa menggunakan analisis SWOT. Adapun perlengkapan yang digunakan dalam observasi lapangan ini adalah kamera dan form observasi terkait data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Berikut ini merupakan pedoman observasi yang digunakan berdasarkan pada peraturan Daerah Kabupaten Banyuasin Nomor 28 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Banyuasin Tahun 2012-2032, Peraturan Daerah Kabupaten Banyuasin Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Banyuasin.

Tabel 3. 2 Pedoman Observasi

Tujuan dan sasaran	Aspek peneliti	Pedoman Observasi
1. Mengidentifikasi kondisi Pasar Tradisional Cangkring	1. Fisik	a) Sarana b) Prasarana
2. Menganalisis faktor internal dan eksternal pasar tradisional Cangkring menggunakan analisis SWOT	2. Non fisik	a. Kelembagaan b. Kebijakan c. Pengelolaan
3. Merumuskan strategi relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring		

Sumber: Hasil Olah Peneliti 2022

b. Dokumentasi

Adapun dokumentasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan cara mengambil gambar dilapangan dan gambar tersebut akan langsung dimasukan kedalam lampiran penelitian.

c. Wawancara

Teknik ini dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung melalui responden dengan menggunakan pedoman daftar pertanyaan sebagai instrumen penelitian. Wawancara ini juga akan dilakukan dengan Kepala Dinas Koperindag Kabupaten Banyuasin, Pengelola pasar tradisional Pangkalan Balai, dan pedagang pasar tradisional Pangkalan Balai. Adapun beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian.

Tabel 3. 3 Pertanyaan Wawancara

No	Informan	Pertanyaan
1.	Kepala Dinas Koperindag Kabupaten Banyuasin	<ol style="list-style-type: none">1) Apa alasan pembangunan pasar baru di Cangkring?2) Mengapa memilih daerah tersebut sebagai lokasi pasar baru?3) Berapa lama jangka pembangunan pasar Cangkring4) Berapa jarak pasar baru ke jalan raya?5) Bagaimana rencana pemerintah terkait angkutan umum di pasar baru?6) Apakah ada tempat parkir?<ul style="list-style-type: none">- jika ada, apakah ada pemisahan?7) Bagaimana pembuatan saluran drainase?8) Apakah jalan untuk keluar dan masuk dipisah?<ul style="list-style-type: none">- Jika tidak dipisah ada berapa jalan

		<p>untuk keluar masuk?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jika dipisah ada berapa jalan keluar dan ada berapa jalan masuk? <p>9) Apakah jalan di pasar baru di aspal atau tidak?</p> <p>10) Berapa lebar jalan di pasar baru?</p>
2.	Pedagang Pasar Tradisional Pangkalan Balai	<p>1) Bagaimana pendapat Anda mengenai lokasi pasar baru Cangkring ?</p> <p>2) Bagaimana menurut Anda mengenai jarak dan kemudahan akses pada pasar baru Cangkring ?</p> <p>3) Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi sarana di Pasar baru Cangkring seperti tempat ibadah ?</p> <p>4) Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi prasarana di pasar baru Cangkring seperti jalan, drainase, dan tempat parkir ?</p> <p>5) Apakah menurut Anda Pasar Cangkring dapat mengatasi kepadatan dan kemacetan yang terjadi di pasar lama ?</p> <p>6) Bagaimana menurut Anda mengenai varian produk yang akan dijual di Pasar Cangkring?</p> <p>7) Bagaimana menurut Anda apabila Pasar Pangkalan Balai di pindahkan ke Pasar Cangkring ?</p> <p>8) Bagaimana menurut Anda mengenai tingkat daya beli masyarakat apabila Pasar Pangkalan</p>

		Balai dipindahkan ke Pasar Cangkring ?
3.	Pengelola Pasar Tradisional Pangkalan Balai	<ol style="list-style-type: none"> 1) Berapa luas area pasar baru? 2) Apakah area pasar baru akan dibagi menjadi los dan kios? <ul style="list-style-type: none"> - Berapa jumlah los dan kios? - Berapa luas los dan kios ? 3) Apakah ada area khusus untuk bongkar muat barang? <ul style="list-style-type: none"> - Jika ada apakah area tersebut dipisah dengan tempat parkir? 4) Bagaimana ketersediaan listrik di pasar baru Cangkring ? Apakah setiap los dan kios memiliki akses listrik? <ul style="list-style-type: none"> - Jika ada, bagaimana pembayaran ? 5) Berapa lebar lorong di dalam bangunan pasar ? 6) Berapa jumlah pedagang yang ada di pasar tradisional Pangkalan Balai ? 7) Kendala apa yang dihadapi dalam mengelola pasar tradisional Pangkalan Balai ? 8) Apa saja usaha pengelola pasar untuk lebih meningkatkan perekonomian pasar tradisional Pangkalan Balai ?

Sumber: Hasil Olah Peneliti 2022

d. Literatur

Metode ini dilakukan dengan cara mencari teori ilmiah dalam bentuk buku maupun jurnal untuk menganalisis strategi relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai.

3.6 Kebutuhan Data

Kebutuhan data dalam studi ini dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data primer. Data ini diperlukan untuk mendukung peneliti dalam proses identifikasi fenomena terkait penelitian. Agar pencarian data dapat tersusun secara sistematis dan teratur maka dibuat tabel kebutuhan data sehingga mempermudah peneliti dalam pencariannya. Berikut merupakan tabel kebutuhan data :

Tabel 3. 4 Kebutuhan Data

No	Kebutuhan Data	Jenis Data		Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data
		Primer	Sekunder		
1	Jarak pasar ke jalan raya	✓	✓	Wawancara dan observasi	Kepala Dinas Koperindag, Pengelola Pasar dan Peneliti
2	Ketersediaan angkutan umum - Ojek - Angkot		✓	Wawancara	Kepala Dinas Koperindag dan Pegelora Pasar
3	Ketersediaan Tempat parkir - Parkir Mobil - Parkir Motor	✓	✓	Wawancara dan observasi	Kepala Dinas Koperindag, Pengelola Pasar dan Peneliti
4	Drainnase - Ditutup kisi	✓	✓	Wawancara dan observasi	Kepala Dinas Koperindag,

	- Tidak ada bangunan di atas drainase				Pengelola Pasar dan Peneliti
5	Jalan - Luas Jalan - Jenis Jalan (Aspal/Tidak Aspal) - Jumlah jalan keluar dan masuk kendaraan	✓	✓	Wawancara dan observasi	Kepala Dinas Koperindag, Pengelola Pasar, dan Peneliti
6	Ketersediaan Area Bongkar Muat Barang		✓	Wawancara	Kepala Dinas Koperindag dan Pengelola Pasar
7	Aksesibilitas	✓	✓	Wawancara dan observasi	Kepala Dinas Koperindag, Pengelola Pasar, Pedagang dan Peneliti
8	Jumlah pedagang berdasarkan kriteria		✓	Wawancara	Kepala Dinas Koperindag dan Pengelola Pasar
9	Luasan pasar Pangkalan balai dan		✓	Wawancara	Kepala Dinas Koperindag

	Cangkring				dan Pengelola Pasar
10	Peningkatan ekonomi wilayah		✓	Wawancara	Kepala Dinas Koperindag, Pedagang
11	Biaya transport		✓	Wawancara	Pedagang

Sumber: Hasil Olah Peneliti 2022

3.7 Mengumpulkan Data Penelitian

Instrumen yang dimaksud yaitu alat yang digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data untuk penelitian ini. Menurut Yudiana (2014) dalam syahrudin (2012) instrumen yang digunakan dalam penelitian yaitu berupa:

1. Observasi : observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung kepada objek penelitian untuk melihat mengetahui kondisi dilapangan.
2. Alat tulis : alat tulis yang digunakan untuk mencatat informasi yang didapat dari lokasi penelitian
3. Camera : camera yang dimaksud berupa camera handphone digunakan untuk mendokumentasikan kondisi eksisting yang terjadi dilapangan sebagai bukti penelitian.
4. Komputer : komputer digunakan untuk pengetikan data baik data sekunder maupun data primer untuk selanjutnya diolah.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis kualitatif adalah suatu metode pengelolaan data secara mendalam dengan data hasil dari pengamatan dilapangan, wawancara dan literatur. Teknik dalam melakukan analisis data kualitatif dengan cara meringkas, mengkategorikan dan menafsirkan hasil temuan yang didapatkan dilapangan. Data yang dianalisa dengan metode ini berupa teks atau narasi. Menurut Miles and Huberman (dalam Cica Muliani, 2018) ada beberapa tahapan dalam melakukan analisis kualitatif yaitu :

1. *Reduction Data*/Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Selain itu reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya.

2. *Display Data*/Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. *Conclusion drawing* / penarikan kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Penarikan kesimpulan ini merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data.

3.8.1 Analisis SWOT

Menurut Haryati (2019) teknik analisis SWOT memprediksi kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*) sebagai faktor internal unit bisnis akan berpengaruh dalam penentuan strategi. Demikian pula dengan pengakuan ancaman (*Threat*) dan peluang (*Opportunities*) sebagai faktor eksternal, yang mempengaruhi pemilihan strategi yang akan digunakan. Analisis ini didasarkan pada logika bahwa strategi yang dipilih adalah strategi yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Menurut Amrullah (2017) analisis SWOT paling umum digunakan sebagai kerangka logis yang mengarahkan pembahasan dan refleksi mengenai situasi dan alternatif dasar suatu perusahaan. Analisis ini sering kali dilakukan sebagai rangkaian dari diskusi kelompok manajerial, apa yang dipandang dari seorang manajer sebagai peluang, mungkin dianggap sebagai ancaman oleh yang lain. Demikian pula halnya, mungkin dianggap seorang manajer mungkin merupakan kelemahan bagi yang lain.

SWOT merupakan akronim untuk kata-kata kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Faktor kekuatan dan kelemahan terdapat dalam tubuh suatu organisasi termasuk satuan tertentu sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor lingkungan yang dihadapi oleh organisasi atau perusahaan atau satuan bisnis yang bersangkutan. Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut dipertimbangkan dalam analisis SWOT (Afrianti, 2017).

Analisis SWOT memiliki 4 (empat) komponen dasar dalam menganalisis suatu masalah yang dihadapi (Faisal, 2016), yakni:

1. S = *Strength*, adalah situasi atau kondisi kekuatan dari organisasi atau program pada saat dilakukan penelitian.
2. W= *Weakness*, adalah situasi atau kondisi kelemahan dari organisasi atau program pada saat dilakukan penelitian.
3. O = *Opportunity*, adalah situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar organisasi dan memberikan peluang bagi organisasi untuk berkembang di masa depan.
4. T = *Threat*, adalah stituasi atau kondisi yang merupakan ancaman bagi organisasi yang datang dari luar organisasi dan dapat mengancam eksistensi organisasi di masa depan.

Penggunaan metode SWOT ini nantinya akan menghasilkan analisis dan pilihan strategis yang dapat digunakan untuk menentukan faktor penentu keberhasilan dan faktor ancaman kegagalan. Matrik SWOT merupakan alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Berikut ini merupakan langkah - langkah dalam penyusunan matriks SWOT :

- A. Strategi S-O (*Strength Opportunities*), Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan dan peluang yang dimiliki suatu bisnis tersebut. sehingga dihasilkan strategi untuk meraih peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut.
- B. Strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi W-O (*Weakness Opportunities*), Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan dengan peluang yang dimiliki suatu bisnis, sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.
- C. Strategi S-T (*Strength Threat*), Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan dengan ancaman yang dimiliki suatu bisnis, sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan ancaman yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh objek dan daya tarik wisata untuk mengatasi ancaman yang mungkin terjadi.
- D. Strategi W-T (*Weakness Threat*), Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan dan ancaman yang dimiliki suatu bisnis, sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki sekaligus menghindari ancaman bisnis yang ada. Strategi ini berupa kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Tabel 3. 5 Matriks SWOT

Analisis Lingkungan Internal Analisis Lingkungan Eksternal	KEKUATAN <i>(Strength)</i>	KELEMAHAN <i>(Weakness)</i>
	Menentukan faktor faktorkekuatan internal	Menentukan faktor faktorkelemahan internal
PELUANG <i>(Opportunities)</i>	Strategi S-O	Strategi W-O
Menentukan faktor berdasarkan peluang eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Merancang strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN <i>(Threats)</i>	Strategi S-T	Strategi W-T
Menentukan faktor berdasarkan ancaman eksternal	Merancang srategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasiancaman	Merancang strategi untuk meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman

Sumber : Rangkunti, 2014

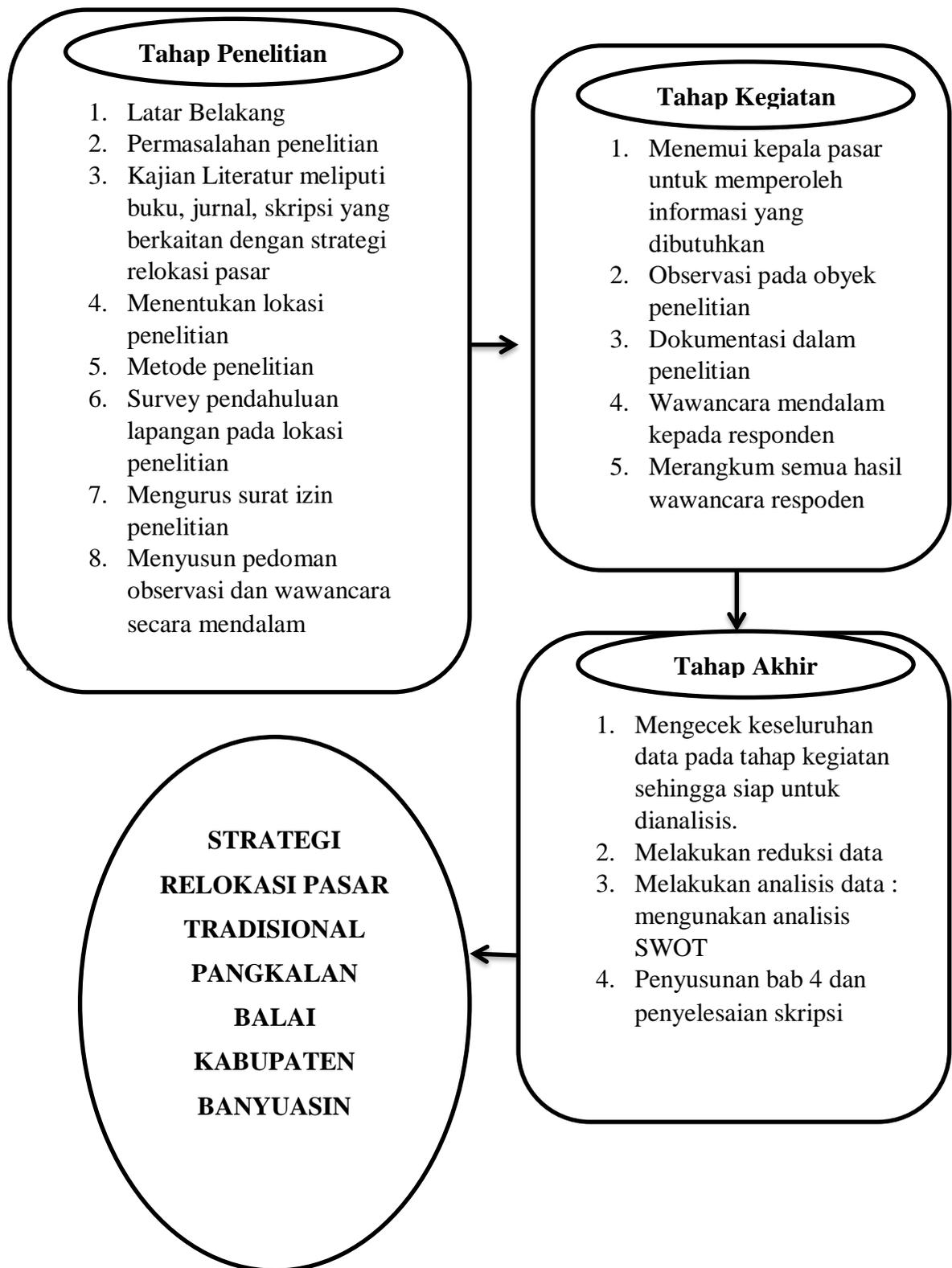
1. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Menurut Rangkuti (2001) matriks ini memiliki 4 buah strategi, yaitu :

1. Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) yang dimiliki suatu bisnis tersebut. Sehingga dihasilkan strategi untuk meraih peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut.
2. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan (*weakness*) dan peluang (*opportunities*) yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan
3. Strategi ST (*Strength-Threat*) Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan (*strengths*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan ancaman yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh objek dan daya tarik wisata untuk mengatasi ancaman yang memungkinkan terjadi.
4. Strategi WT (*Weakness-Threat*) Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki suatu bisnis tertentu, sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki sekaligus menghindari ancaman bisnis yang ada. Strategi ini berupa kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Berikut ini 6 tahap bagaimana penentuan strategi dibangun melalui matriks SWOT. Tahapan yang dimaksud yaitu:

- a. Buat daftar peluang dan ancaman eksternal perusahaan, masukkan ke dalam tabel EFE (*External Factors Evaluation*).
- b. Buat daftar kekuatan dan kelemahan kunci internal perusahaan, masukkan ke dalam tabel IFE (*Internal Factors Evaluation*).
- c. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi SO.
- d. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan peluang-peluang eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WO.
- e. Cocokkan kekuatan-kekuatan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi ST.
- f. Cocokkan kelemahan-kelemahan internal dan ancaman-ancaman eksternal dan catat hasilnya dalam sel strategi WT.



Gambar 3. 2 Bagan Alur Penelitian

Sumber: Hasil Olah Peneliti 2022

BAB IV

GAMBARAN UMUM WILAYAH

1.4 Karakteristik Wilayah Kecamatan Banyuasin III

Wilayah Kecamatan Banyuasin III merupakan kawasan yang didominasi dengan sektor perkebunan karet, perkebunan kelapa sawit, tanaman hortikultura, perikanan, dan peternakan. Kecamatan Banyuasin III sendiri memiliki topografi sebaran wilayah dengan ketinggian berkisar 0-40 meter diatas permukaan air laut yang didominasi dengan lahan kering dengan topografi agak bergelombang.

4.1.1 Batas Administrasi

Ruang lingkup wilayah dalam penelitian ini adalah Kecamatan Banyuasin III yang berada pada Kabupaten Banyuasin Provinsi Sumatera Selatan. Luas wilayah kecamatan Banyuasin III 294,20 km² yang terdiri dari 26 desa/kelurahan.

Secara administrasi kecamatan Banyuasin III berbatasan dengan :

- Batas Utara : Berbatasan dengan kecamatan Pulau Rimau
- Batas Selatan : Berbatasan dengan Rantau Bayur
- Batas Timur : Berbatasan dengan Kec. Suak Tapeh dan Banyuasin III
- Batas Barat : Berbatasan dengan Kabupaten Musi Banyuasin

4.1.2 Kependudukan

Kependudukan merupakan penjabaran mengenai kondisi yang berkaitan dengan penduduk yang bertempat tinggal di suatu wilayah. Penjabaran kependudukan meliputi jumlah penduduk di setiap desa, luas wilayah, hingga kepadatan penduduk di Kecamatan Banyuasin III. Tabel 4.1 di bawah ini merupakan Tabel jumlah penduduk di Kecamatan Banyuasin III

Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Kecamatan Banyuasin III

No	Desa/Kelurahan	Luas (Km ²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk/Km ²	Rasio Jenis Kelamin
1.	Galang Tinggi	1 871,20	2,68	144,86	101,96
2.	Petaling	1 124,74	2,00	180,13	100,00
3.	Sidang Mas	850,19	2,07	245,54	101,66
4.	Ujung Tanjung	1 212,61	2,11	175,90	99,53
5.	Rimba Alai	308,75	1,15	376,39	104,27
6.	Terentang	1 193,50	1,33	112,97	100,15
7.	Tanjung Beringin	335,81	1,47	443,98	98,12
8.	Pelajau	867,30	1,56	181,47	99,62
9.	Regan Agung	967,03	1,70	177,51	107,71
10.	Pelajau Ilir	526,56	0,69	132,44	102,94
11.	Lubuk Saung	1 029,90	1,74	170,73	101,86
12.	Mulya Agung	670,45	2,14	323,23	106,85
13.	Pangkalan Balai	2 015,17	11,13	558,61	105,86
14.	Seterio	2 172,46	6,49	302,09	104,83
15.	Sri Bandung	1 245,07	0,88	71,89	110,98
16.	Tanjung Menang	1 454,05	1,37	95,34	105,09
17.	Suka Mulya	737,93	0,99	135,75	94,70

No	Desa/Kelurahan	Luas (Km ²)	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk/Km ²	Rasio Jenis Kelamin
18.	Kayuara Kuning	982,57	3,38	347,68	103,01
19.	Tanjung Agung	608,01	1,41	235,27	113,92
20.	Pangkalan Panji	1 985,99	3,09	157,54	103,82
21.	Langkan	1 839,33	6,29	292,60	105,02
22.	Tanjung Kepayang	519,52	0,86	166,93	103,32
23.	Kedondong Raye	630,18	8,73	1.400,80	105,05
24.	Suka Raja Baru	573,45	0,67	117,99	96,19
25.	Terlangu	2 561,17	0,60	23,61	109,09
26.	Rimba Balai	1 137,03	0,66	58,90	112,18
Kecamatan Banyuasin III		294,20	67,19	228,39	104,14

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2021

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk keseluruhan di Kecamatan Banyuasin III berjumlah 67,19 jiwa. Adapun desa/kelurahan dengan jumlah penduduk terbanyak adalah kelurahan Pangkalan Balai dengan jumlah 11,13. Sedangkan desa/kelurahan yang memiliki jumlah penduduk terendah yaitu desa Terlangu dengan jumlah 0,66. Dengan jumlah penduduk yang ada rasio jenis kelamin Kecamatan Banyuasin III berada di atas 100 yaitu sebesar 104,14. Ini mengindikasikan bahwa jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dari pada jumlah penduduk perempuan. Hampir semua desa di Kecamatan Banyuasin III memiliki angka rasio jenis kelamin di atas 100, kecuali Desa Ujung Tanjung, Tanjung Beringin, Pelajau, Suka Mulya, dan Suka Raja Baru.

4.1.3 Sarana Pendidikan

Salah satu keberhasilan pembangunan di suatu daerah adalah apabila didukung oleh sumber daya yang berkualitas. Melalui jalur pendidikan, pemerintah berupaya dan berkehendak untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia penduduk, dengan tingkat pendidikan penduduk yang makin membaik maka dapat diharapkan kualitas kehidupan masyarakat juga akan membaik. Oleh karena itu Pemerintah harus mampu memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana penunjang pendidikan secara memadai dengan memperhatikan pemerataan distribusinya ke semua wilayah. Berikut Tabel 4.2 penyediaan fasilitas pendidikan di Kecamatan Banyuasin III.

Tabel 4. 2 Jumlah Fasilitas Pendidikan Kecamatan Banyuasin III

No	Kelurahan	SD	SMP	MTS	SMA	MA	SMK	Universitas
1	Galang Tinggi	2	1	0	0	0	1	0
2	Petaling	2	0	0	0	0	0	0
3	Sidang Mas	2	0	0	0	0	0	0
4	Ujung Tanjung	2	1	1	0	1	0	0
5	Rimba Alai	1	0	0	0	0	0	0
6	Terentang	1	0	0	0	0	0	0
7	Tanjung Beringin	1	0	0	0	0	0	0
8	Pelajau	1	0	0	0	0	0	0
9	Regan Agung	1	0	0	0	0	0	0
10	Pelajau Ilir	1	0	0	0	0	0	0
11	Lubuk Saung	1	0	0	0	0	0	0
12	Mulya Agung	2	0	0	0	0	0	0
13	Pangkalan Balai	4	2	1	3	0	0	0
14	Seterio	2	0	0	0	0	1	0
15	Sri Bandung	1	0	0	0	0	0	0
16	Tanjung Menang	1	0	1	0	0	0	0
17	Suka Mulya	1	0	0	0	0	0	0
18	Kayuara Kuning	1	1	1	0	0	0	0
19	Tanjung Agung	1	0	0	0	0	0	0
20	Pangkalan Panji	1	1	0	1	0	0	0
21	Langkan	2	0	2	0	2	0	0

No	Kelurahan	SD	SMP	MTS	SMA	MA	SMK	Universitas
22	Tanjung Kepayang	1	0	0	0	0	0	0
23	Kedondong Raye	6	1	1	1	1	2	1
24	Suka Raja Baru	1	0	0	0	0	0	0
25	Terlangu	1	1	0	0	0	0	0
26	Rimba Balai	1	0	0	0	0	0	0
	Banyuasin III	42	8	7	5	4	4	1

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2021

Berdasarkan pada tahun 2021 di Kecamatan Banyuasin III memiliki jumlah sekolah dasar sekolah sebanyak 42 sekolah, madrasah ibtidaiyah sebanyak 3 sekolah, sekolah menengah pertama sebanyak 8 sekolah, madrasah tsanawiyah sebanyak 7 sekolah, sekolah menengah atas sebanyak 5 sekolah, madrasah aliyah sebanyak 4 sekolah, dan sekolah menengah kejuruan sebanyak 4 sekolah serta 1 akademi/perguruan tinggi.

4.1.4 Sarana Kesehatan

Salah satu hak dasar warga Negara adalah tercapainya hidup sehat. Oleh karenanya pembangunan bidang kesehatan, menjadi sangat penting karena menyangkut seluruh aspek kehidupan manusia. Jika pembangunan kesehatan di suatu daerah berhasil dengan baik maka taraf kesejahteraan penduduk di daerah tersebut secara langsung dapat pula meningkat. Selain itu, pembangunan kesehatan juga memuat mutu dan upaya kesehatan yang sangat dipengaruhi oleh ketersediaan fasilitas kesehatan dengan menciptakan akses pelayanan kesehatan dasar yang didukung oleh sumber daya kesehatan yang memadai seperti rumah sakit, puskesmas, poliklinik dan ketersediaan obat. Sebagaimana penyediaan fasilitas kesehatan di Banyuasin III pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4. 3 Jumlah Fasilitas Kesehatan Kecamatan Banyuasin III

No	Desa/Kelurahan	Rumah Sakit	Poliklinik	Puskesmas	Apotek
1	Galang Tinggi	0	0	0	0
2	Petaling	0	0	1	0
3	Sidang Mas	0	0	0	0
4	Ujung Tanjung	0	0	0	0
5	Rimba Alai	0	0	0	0
6	Terentang	0	0	0	0
7	Tanjung Beringin	0	0	0	0
8	Pelajau	0	0	0	0
9	Regan Agung	0	0	0	0
10	Pelajau Ilir	0	0	0	0
11	Lubuk Saung	0	0	0	0
12	Mulya Agung	0	0	0	0
13	Pangkalan Balai	0	1	1	3
14	Seterio	1	0	0	1
15	Sri Bandung	0	0	0	0
16	Tanjung Menang	0	0	0	0
17	Suka Mulya	0	0	0	0
18	Kayuara Kuning	0	1	0	1
19	Tanjung Agung	0	0	0	0
20	Pangkalan Panji	0	0	0	0
21	Langkan	0	0	0	0
22	Tanjung Kepayang	0	0	0	0
23	Kedondong Raye	0	1	0	1
24	Suka Raja Baru	0	0	0	0
25	Terlangu	0	0	0	0
26	Rimba Balai	0	0	0	0
	Banyuasin III	1	3	2	6

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2021

Dari Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa sampai dengan tahun 2021, fasilitas kesehatan yang terdapat di Kecamatan Banyuasin III meliputi rumah sakit sebanyak 1 unit, poliklinik/balai pengobatan sebanyak 3 unit, puskesmas sebanyak 2 unit, dan apotek sebanyak 6 unit.

4.1.5 Sarana Peribadatan

Kebebasan beragama dan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan keyakinannya dijamin oleh undang-undang dasar secara mutlak. Dengan kebebasan tersebut diharapkan semua warga Negara dapat memperoleh ketentraman bathinnya, yang merupakan salah satu kebutuhan dasar seluruh umat manusia. Untuk itu, fasilitas rumah ibadah seperti masjid, musholla, gereja, dll dapat dijadikan sebagai indikator ketaatan penduduk suatu daerah dalam menjalankan ajaran agamanya, sehingga tercapai tujuannya dalam beragama. Jumlah fasilitas peribadatan yang ada di Kecamatan Banyuasin III dapat dilihat Tabel 4.4 berikut.

Tabel 4. 4 Jumlah Fasilitas Peribadatan Kecamatan Banyuasin III

No	Desa/ Kelurahan	Masjid	Gereja Protestan	Pura	Kelenteng
1	Galang Tinggi	3	0	0	0
2	Petaling	4	0	0	0
3	Sidang Mas	4	0	0	0
4	Ujung Tanjung	5	0	0	0
5	Rimba Alai	2	0	0	0
6	Terentang	3	0	0	0
7	Tanjung Beringin	4	0	0	0
8	Pelajau	3	0	0	0
9	Regan Agung	3	0	0	0
10	Pelajau Ilir	2	0	0	0
11	Lubuk Saung	4	0	0	0
12	Mulya Agung	3	0	0	0
13	Pangkalan Balai	11	0	0	0
14	Seterio	5	1	0	0
15	Sri Bandung	1	0	0	0
16	Tanjung Menang	2	0	0	0

No	Desa/ Kelurahan	Masjid	Gereja Protestan	Pura	Kelenteng
17	Suka Mulya	1	0	0	0
18	Kayuara Kuning	5	0	0	0
19	Tanjung Agung	3	0	0	0
20	Pangkalan Panji	4	1	0	0
21	Langkan	4	0	0	0
22	Tanjung Kepayang	1	0	0	0
23	Kedondong Raye	9	0	0	0
24	Suka Raja Baru	2	0	0	0
25	Terlangu	1	0	0	0
26	Rimba Balai	1	0	0	0
	Banyuasin III	90	2	0	0

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 terlihat jelas bahwa fasilitas peribadatan Pada tahun 2021 di Kecamatan Banyuasin III terdapat Masjid sebanyak 90 unit dan Gereja Protestan sebanyak 2 unit, ini menunjukkan bahwa di Kecamatan Banyuasin III mayoritas muslim.

4.1.6 Kondisi Perekonomian

Penduduk yang di Kecamatan Banyuasin III memiliki berbagai macam profesi baik di bidang formal dan informal. Tabel 4.5 berikut merupakan tabel jenis pekerjaan penduduk di Kecamatan Banyuasin III.

Tabel 4. 5 Jenis Pekerjaan Penduduk di Kecamatan Banyuasin III

No	Desa/Kelurahan	Belum bekerja	PNS	Polri/TNI	Wiraswasta	Paramedis	Petani	Pension	Buruh	Nelayan	Pedagang	Peg swasta
1	Pangkalan Balai	82	409	70	158	61	1.000	170	755	36	1.183	-
2	Kedondong Raye	-	135	38	-	118	-	-	5	-	118	96
3	Seterio	-	47	11	-	4	1.034	7	71	-	57	20 2
4	Mulia Agung	10	13	3	-	8	32	5	1	-	2	1
5	Kayuara Kuning	-	49	12	15	3	974	6	312	2	60	89
6	Langkan	780	67	-	-	6	891	-	255	-	-	77
7	Rimba Balai	-	1	1	-	1	350	-	50	-	-	80
8	Terlangu	-	6	-	-	-	239	-	-	-	-	-
9	Pangkalan Panji	-	52	3	-	-	439	13	397	-	-	408
10	Tanjung Agung	69		5	-	-	306	-	-	-	-	-

No	Desa/Kelurahan	Belum bekerja	PNS	Polri/TNI	Wiraswasta	Paramedis	Petani	Pension	Buruh	Nelayan	Pedagang	Peg swasta
11	TanjungKepayang	-	5	-	-	-	320	-	29	-	-	-
12	Suka Mulia	95	6	-	-	-	760	-	20	-	-	-
13	Tanjung Menang	-	15	-	-	3	742	-	55	-	-	-
14	Sri Bandung	-	10	-	-	30	473	1	24	1	6	-
15	Lubuk Saung	5	19	4	170	7	330	-	-	-	59	-
16	Regan Agung	-	25	-	-	1	728	-	55	-	-	-
17	Tanjung Beringin	8	17	3	-	7	714	2	45	-	-	1
18	Rimba Alai	-	3	-	-	1	662	-	265	-	14	-
19	Pelajau	75	20	2	-	-	1.056	2	25	-	-	-
20	Pelajau Ilir	21	13	1	-	5	329	4	30	-	11	-

No	Desa/Kelurahan	Belum bekerja	PNS	Polri/TNI	Wiraswasta	Paramedis	Petani	Pension	Buruh	Nelayan	Pedagang	Peg swasta
21	Ujung Tanjung	-	35	-	-	7	1.872	-	-	-	2	12
22	Sidang Emas	-	-	5	-	7	894	-	25	-	1	-
23	Galang Tinggi	-	56	6	-	10	1.604	27	256	11	15	91
24	Terentang	198	16	2	-	-	585	1	150	-	5	38
25	Petaling	-	27	7	-	13	931	2	8	-	26	31
26	Sukaraja Baru	-	4	-	-	-	230	-	-	-	-	-

Sumber: Kecamatan Banyuasin III Tahun 2021

Berdasarkan Tabel tersebut, dapat dilihat bahwa mayoritas mata pencaharian penduduk di Kecamatan Banyuasin III adalah sebagai petani dan pedagang. Adapun untuk penduduk yang berprofesi sebagai pedagang paling banyak berasal dari Kelurahan Pangkalan Balai.

4.2 Karakteristik Pasar Tradisional Pangkalan Balai

Pasar tradisional Pangkalan Balai merupakan pasar utama yang menjadi salah satu pusat kegiatan transaksi jual beli masyarakat Kecamatan Banyuasin III. Pasar Pangkalan Balai ini berdiri pada tahun 1984 dengan luas lahan 10.930 m² dan jumlah pedagang 1.183 yang sudah terbagi di masing-masing los dan kios yang berjumlah 717/petak. Lokasi Pasar Pangkalan Balai terletak di Kelurahan Pangkalan Balai Kecamatan Banyuasin III. Pasar Pangkalan Balai beroperasi setiap hari mulai dari jam 01:00-18:00 WIB. Pasar Pangkalan Balai merupakan pelimpahan dari Pemerintah Kabupaten Musi Banyuasin. Setelah adanya pemekaran Kabupaten baru, maka Pasar Pangkalan Balai resmi dikelola oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kabupaten Banyuasin terhitung sejak 11 Agustus 2008. Setelah adanya Peraturan Daerah Kabupaten Banyuasin nomor 18 tahun 2016 tentang pembentukan dan susunan perangkat daerah, Pasar Pangkalan Balai dikelola oleh Dinas Koperasi dan UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Banyuasin. Gambar berikut ini merupakan kondisi pasar Pangkalan Balai



Gambar 4. 2 Kondisi Pasar Pangkalan Balai
Sumber : Hasil Observasi Peneliti 2023

Jumlah pedagang pasar Pangkalan Balai saat ini ± 1.183 orang. pedagang yang menempati kios ± 104 petak, jumlah pedagang yang menempati Los APBD/APBN ± 613 petak, jumlah pedagang yang menempati Los swadaya ± 289 petak dan pedagang kaki lima 177 orang. Pasar Pangkalan Balai ini merupakan pedagang paling banyak dalam Kabupaten Banyuasin dengan bermacam-macam jenis dagangan seperti Tabel berikut:

Tabel 4. 6 Jenis Dagangan

No	Jenis Usaha Dagangan	Jumlah pedagang
1	Sayuran	188
2	Daging	9
3	Ikan	124
4	Ayam	16
5	Buah	65
6	Sepatu, Tas, Sandal , Topi	22
7	Kelontongan	35
8	Pakaian	311
9	Manisan	35
10	Aksesoris, kosmetik	15
11	Penjahit	5
12	Emas	10
13	Mainan anak	5
14	Elektronik	5
15	Pecah belah	19
16	Bumbu	67
17	Alat pertanian	5
18	Jamu	10
19	Salon	6
20	Buku	10
21	Mie ayam	5
22	Es, Model tekwan	5
23	Perak	6
24	Alat sepeda	5
25	Warung kopi	8
26	Makanan ringan	6
27	Kantong plastic	5
28	Kaset	5
29	Rokok	5
30	Kopi giling	8
31	Alat pancing ikan	6
32	Jilbab	5
33	Parut kelapa	9
34	Rumah makan	7

No	Jenis Usaha Dagangan	Jumlah pedagang
35	Jam tangan	6
36	Kerupuk kelempong	6
37	Ikan asin	6
38	Tempe tahu	5
39	Cabe bawang	6
40	Martabak	5
41	Bakso	4
42	Sate	5
43	Pisang, ubi, kacang	8
44	Es putar	5
45	Alat tulis	7
46	Udang, cumi, kepiting, kerang	8
47	Kue	6
48	Ikan giling	9
49	Boneka	5
50	Konter	6
51	Parfum	5
52	Obral pakaian	8
53	Sol sepatu	6
54	Tempoyak, caluk, pede, jengkol	7
55	Batik	5
56	Kaos kaki	8
	Jumlah	1.183

Sumber : Diskoperindag Banyuasin 2023

Berdasarkan Tabel 5.1 bisa disimpulkan bahwa pedagang yang paling dominan adalah pedagang pakaian dengan jumlah 311 pedagang, pedagang sayuran dengan jumlah 188 pedagang dan pedagang ikan dengan jumlah 124 pedagang, kebutuhan tersebut merupakan komponen utama dalam kehidupan sehari-hari yang dibutuhkan masyarakat. Permasalahan pasar saat ini adalah kurangnya daya tampung pasar, tidak adanya lahan parkir, tidak adanya bak sampah dan pedagang kaki lima yang berdagang sembarangan. Sebagai salah satu upaya pemerintah dalam mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah berupaya melakukan relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai ke Pasar Baru Cangkring.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Mengidentifikasi Kondisi Pasar Tradisional Cangkring

Identifikasi terhadap Pasar Tradisional Cangkring dilakukan dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara dengan melibatkan pihak Diskoperindag dan pedagang pasar Pangkalan Balai. Pasar Cangkring merupakan pasar yang dibangun dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan di Pangkalan Balai untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan identifikasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Pasar Cangkring sehingga dapat dirumuskan Strategi relokasi Pasar Pangkalan Balai ke Pasar Baru Cangkring adapun aspek-aspek yang akan diidentifikasi dalam penelitian ini adalah aspek fisik dan aspek non fisik dari pasar Cangkring :

5.1.1 Aspek fisik

Dalam penelitian ini aspek fisik dikaitkan dengan sarana dan prasarana dasar yang dibutuhkan dalam menunjang pusat-pusat perdagangan. Pusat-pusat perdagangan yang dimaksud berupa pasar tradisional. Sebagai pusat-pusat perdagangan akan banyak sekali orang-orang yang berdatangan untuk melakukan aktivitas perdagangan baik itu orang-orang yang datang untuk berdagang maupun orang-orang yang datang untuk membeli maka dari itu perlunya penyediaan sarana dan prasarana yang layak. Dalam hasil lapangan yang telah dilakukan oleh peneliti memiliki beberapa temuan yang ada di Pasar Cangkring sebagai berikut.

5.1.1.1 Kondisi jalan

Jalan pasar merupakan fasilitas transportasi yang paling penting bagi masyarakat karena sangat berpengaruh pada kegiatan berbelanja dan aktivitas sehari-hari. Untuk hasil yang ditemui peneliti berdasarkan observasi di lapangan bahwa Pasar Cangkring memiliki beberapa kendala pada saat menuju akses ke pasar yang dimana kondisi jalan yang masih belum diaspal sehingga membuat jalan berdebu dan terdapat beberapa lobang apalagi di saat sudah memasuki musim hujan yang dimana jalan menjadi sangat licin sehingga berdampak pada

keselamatan orang-orang yang akan melalui jalan tersebut untuk menuju ke pasar Cangkring.

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan Sujak sebagai berikut.

“untuk keadaan jalan kite ni memang separoh baru di cor itu bae jalannya lah begoyor retak karne lah lame dak dirawat karne anggaran kite banyuasin tau dewek dak banyak dan juge jalan itu galak dilewati mobil truk bawak kayu itula jalan banyak yang retak dan banyak lobangnya tu.”. (wawancara Kabid Pengelolaan Pasar pada tanggal 5 desember 2022).

Berdasarkan informasi yang disampaikan Kabid Pengelolaan Pasar dapat disimpulkan bahwa mengenai kondisi jalan menuju ke Pasar Cangkring masih banyak terdapat kendala pada anggaran dana yang membuat sebagian jalan belum di cor maupun di aspal hingga sekarang. Dengan adanya kondisi jalan saat ini sangat membuat ketidaknyamanan orang-orang dalam berkendara menuju ke pasar Cangkring, hal ini merupakan sebuah tantangan bagi Pemerintah dalam menangani situasi saat ini.

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan pedagang sebagai berikut.

“kalu menurutku keadaan jalan saat ini jaoh lebeh susah karne kalu dari sisi keadaan jalannya maseh belom ade yang di cor, apelagi kalu lah masok musim ujan dem jalan tu susah nian dilewati mane gala becek nian jalan itu licin pule kalu aman nak angkut barang makek mobil kesitu ngerinye gek nyangkut, padahal kami ni lah neman usulke ke same Pemerintah untuk benerilah jalan tu supaya asak kami ni kesane lemak dak lagi sare cuman sampe sekarang lom ade gerakan”.



(Kondisi Jalan Masuk Pasar)



(Kondisi Jalan Keluar Pasar)



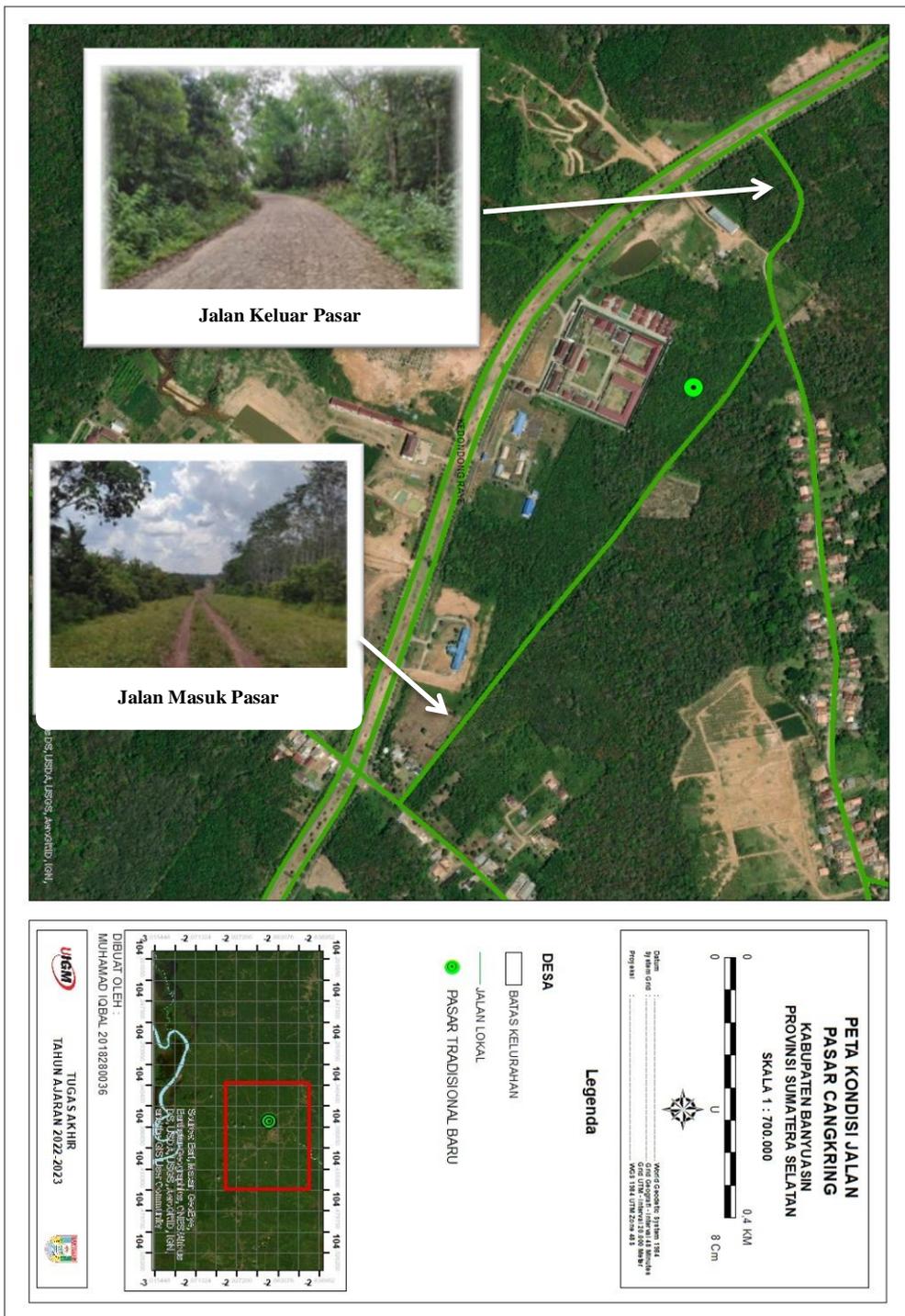
(Pasar Cangking)

Gambar 5. 1 Kondisi Jalan Pasar Cangkring

Sumber : Observasi Peneliti 2023

Berdasarkan hasil observasi di lapangan dapat diketahui bahwa kondisi jalan menuju ke Pasar Cangkring masih sangat belum layak untuk dilalui. Adapun kesimpulan yang telah disampaikan oleh beberapa informan mengenai kondisi jalan pasar Cangkring yang di mana pada saat ini kondisi jalan pasar Cangkring hanya sebagian yang telah dicor dan masih ada juga jalan yang belum sama sekali di cor, hal ini tentu sangat menjadi perhatian masyarakat yang di mana dengan adanya kerusakan jalan tersebut sangat mempersulit orang-orang yang akan lewat menuju ke pasar Cangkring, apalagi jika pada saat musim hujan tiba jalan menjadi sangat becek dan banyaknya lubang-lubang yang telah terisi penuh oleh air

sehingga membuat ketidaknyamanan para pedagang maupun pembeli apabila berbelanja dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun beroda empat serta menjadi rawan terjadinya kecelakaan yang di akibatkan jalan sudah banyak rusak, retak dan berlubang. Hal ini tentunya sangat menjadi perhatian penting bagi pemerintah yang di mana pemerintah harus segera mentindaklanjuti apa yang telah di laporkan dan disampaikan oleh masyarakat untuk segera membangun ulang jalan menuju pasar Cangkring agar masyarakat yang ingin berbelanja ke pasar Cangkring bisa lebih merasa aman dan nyaman dalam berkendara.



Gambar 5. 2 Peta Kondisi Jalan Pasar Cangkring

Sumber : Hasil olah Peneliti 2023

5.1.1.2 Jaringan Drainase

Drainase salah satu unsur dari prasarana umum yang dibutuhkan masyarakat dalam rangka menuju kehidupan kawasan yang bersih, nyaman, dan sehat. Prasarana drainase disini berfungsi untuk mengalirkan air permukaan ke badan air (sumber air permukaan dan bawah permukaan tanah) atau bangunan resapan. Sehingga perlu ada usaha untuk mengalirkan air yang berlebihan dalam suatu konteks pemanfaatan tertentu dalam hasil observasi yang dilakukan dilapangan memang kondisi saluran drainase baik, namun bila dibandingkan dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) tentang pedoman dalam mengelola dan membangun pasar, pembangunan drainase tidak mengikuti prosedur yang ditetapkan dalam SNI.

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan Sujak sebagai berikut.

“kalau untuk dari segi fasilitas dipasar cangkring ini sudah sesuai dengan standar pasar, karne dari awal sudah kite planing ke gale sebelum pembangunan pasar ini. Jadi, dak ade masalah untuk pembangunan fasilitas yang sudah kite bangun.”. (wawancara Kabid Pengelolaan Pasar pada tanggal 5 desember 2022).

Berdasarkan informasi yang disampaikan informan Kabid Pengelolaan Pasar dapat diketahui bahwa memang pembangunan fasilitas drainase ini dilakukan agar dapat meningkatkan kenyamanan dan kemandirian dalam berjalan di area pasar maka dari itu pembangunan drainase dilakukan dengan tertutup dengan beton. Tentu dengan drainase tertutup seperti itu akan mempersulit dibersihkan apabila terjadinya penyumbatan sampah yang mengakibatkan timbulnya genangan. Hal ini dapat dilihat dari hasil dokumentasi dilapangan sebagai berikut.



Gambar 5. 3 Kondisi Drainase Pasar Cangkring

Sumber : Observasi Peneliti 2023

5.1.1.3 Penerangan Jalan

Kebutuhan penerangan jalan merupakan salah satu aspek yang sangat penting untuk menunjang aktivitas-aktivitas pasar. Terkhusus pada pasar Cangkring yang mana aktivitas jual belinya akan dimulai dari jam 02:00 pagi dini hari. Hal tersebut menyebabkan penerangan menjadi salah satu aspek yang sangat penting untuk mendukung aktivitas perdagangan di Pasar Cangkring karena jika penerangan jalan mati maka aktivitas para pedagang akan menjadi terhambat.

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan Sujak sebagai berikut.

“penerangan di kawasan pasar cangkring ini memang belum sepenuhnya terfasilitasi, untuk lampu jalan dari akses masuk pasar tu belum ade ditambah lokasi masuk pasar tu masuk kedalam hutan dikit jadi buat gelap kalau pedagang nak antar barang dagangan dini hari. Kami saat ini lagi nyusun rencana untuk memenuhi permintaan pedagang yang mintak pindah ke seluruh pedagang sedangkan bangunan itu dak cukup nampung seluruh pedagang. ” (wawancara Kabid Pengelolaan Pasar pada tanggal 5 desember 2022).

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan pedagang sebagai berikut.

“ untuk lampu jalan di daerah itu dak pule ade dek kamu tau dewek daerah utan gale tu jaoh pule dari permungkiman warga, cak mane lah cube pedagang ni nk tertarik pindah ke sane aman dari dari segi penerangan bae lom ade same sekali bukan ape ken kami ni ngeri dek masok daerah situ apelagi kalau nk mulai jualan dari jam 2 malam aii kalau banyakla takutnye, aman pasar pangkalan balai ni lemak die di pinggir jalan besak nilah penerangan banyak terus rame pule dekatan nian dengan rumah-rumah warga jedi dak takut walaupun nak pegi kepasar tu jam berape be dan juge aman la jam 5 tu banyak dem urang belanje kepasar cube aman ditempat baru kalau urang kepasar nye banyakla jam 7 ape 8 nunggu urang rame itupun banyak kalau urang yang tak gelek kepasar baru ni palingan seminggu sekali karne akses ke pasar baru be jaoh”

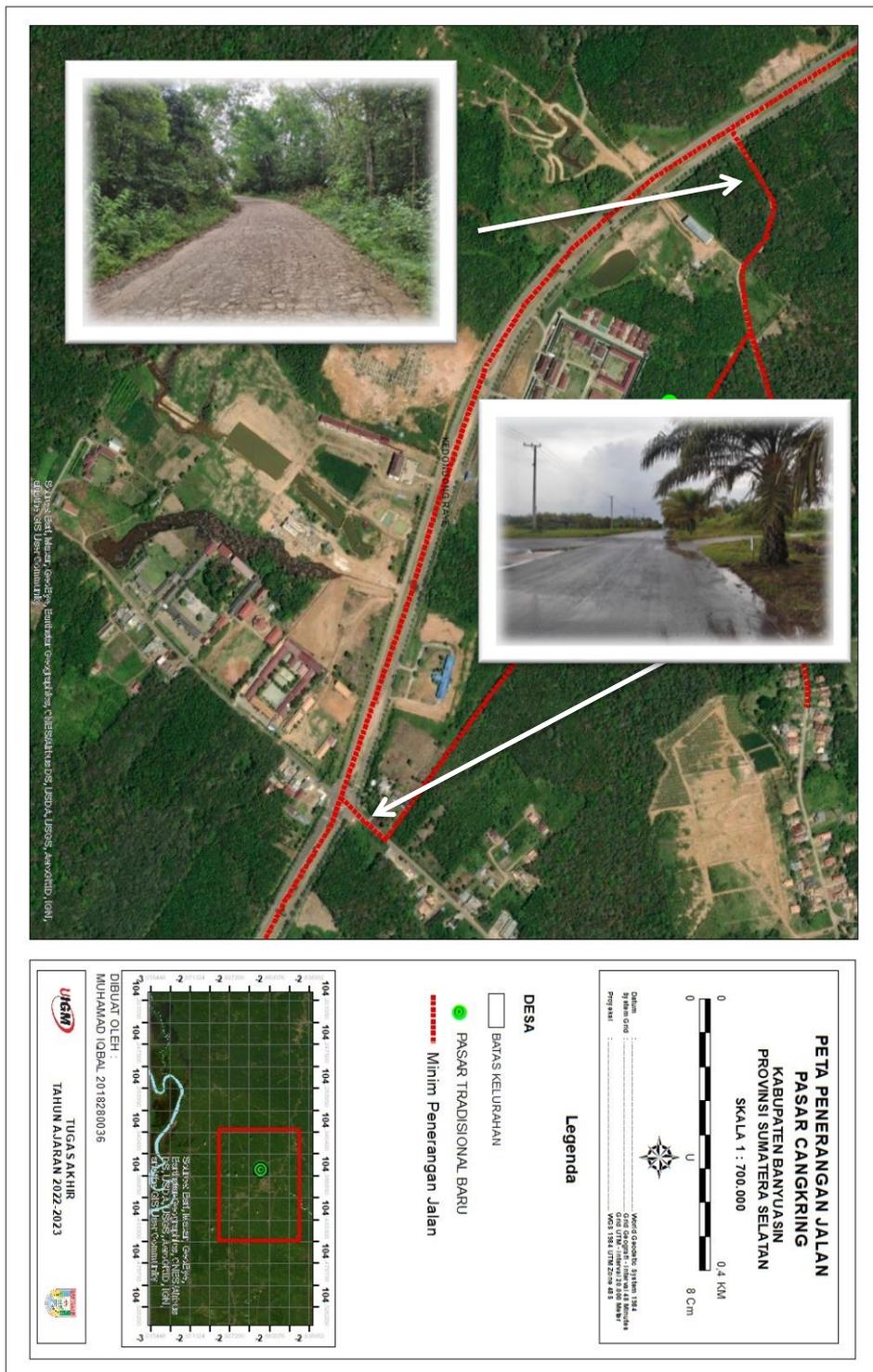
Berdasarkan informasi yang disampaikan kedua informan dapat diketahui bahwa memang dalam pembangunan Pasar Cangkring ini belum sama sekali disediakan penerangan yang memadai, padahal fasilitas penerangan jalan

merupakan aspek yang paling penting dan utama dalam melakukan aktivitas ketika berada di pasar terutama pada malam hari dimana para pedagang dan pembeli banyak melakukan transaksi jual beli barang yang bisa jadi telah dimulai pada pukul 02:00 pagi karena masih banyak sayuran maupun kebutuhan lainnya yang masih sangat fresh untuk dibeli oleh pembeli. Hal ini dapat dilihat dari hasil dokumentasi dilapangan sebagai berikut.



Gambar 5. 5 Kondisi Penerangan Jalan Pasar Cangkring

Sumber : Observasi Peneliti 2023



Gambar 5. 6 Penerangan Jalan Pasar Cangkring

Sumber : Hasil olah Peneliti 2023

5.1.1.4 Area Parkir

Fasilitas parkir adalah lokasi yang ditentukan sebagai tempat pemberhentian kendaraan yang tidak bersifat sementara untuk melakukan kegiatan pada suatu kurun waktu. Kawasan parkir diartikan sebagai area yang memanfaatkan badan jalan sebagai fasilitas parkir dan terdapat pengendalian parkir melalui pintu masuk. Fasilitas parkir yang disediakan Pemerintah untuk kegiatan Pasar Cangkring tentu akan sangat berbeda dengan lahan parkir dipasar sebelumnya yang dimana jika dipasar sebelumnya area parkirnya menggunakan sebagian bahu jalan yang menyebabkan jalan menjadi lebih sempit untuk dilalui apalagi pengendara mobil yang tidak bisa sama sekali melalui pasar. Hal ini sering membuat kemacetan baik dari sisi kanan maupun sisi kiri.

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan Sujak sebagai berikut.

“untuk lahan parkir pada rencana awal akan dibangun jauh dari lokasi pasar, namun setelah kite evaluasi letak parkir yang tepat tu kite bangun dekat bangunan pasar tula karne kalu kite bangun jauh dari gedung pasar takutnye pembeli Cuma beli barang yang dekat dengan parkir bae idak sampe ujung. Itulah kite rancang lahan parkir tu di sebarang pasar tepat di depan bangunan pasar nian dan juge akses keluar masuk parkir nye kagek kite makek portal otomatis” (wawancara Kabid Pengelolaan Pasar pada tanggal 5 desember 2022).

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan pedagang sebagai berikut.

“man kami dengar-dengar dari Pemerintah lahan parkir untuk dipasar Cangkring tu bakalan dibuat cak mode pasar induk di Palembang yang akses keluar masoknye pakek portal elektronik dan lahan parkirnye yang luas. Jadi kalu masalah lahan parkir menurut aku langkah yang bagus nian untuk ngatur ketertiban kendaraan baik pedagang maupun pembeli. Jangan cak di pasar pangkalan balai parkirane dak katek, jadi parkir motor di badan jalan tula orang nak belanje laju sare nak liwat.

Berdasarkan informasi yang telah disampaikan kedua informan dapat diketahui dan disimpulkan bahwa lahan parkir yang akan disediakan oleh Pemerintah pada pasar cangkring saat ini yaitu dengan cara pemerintah akan

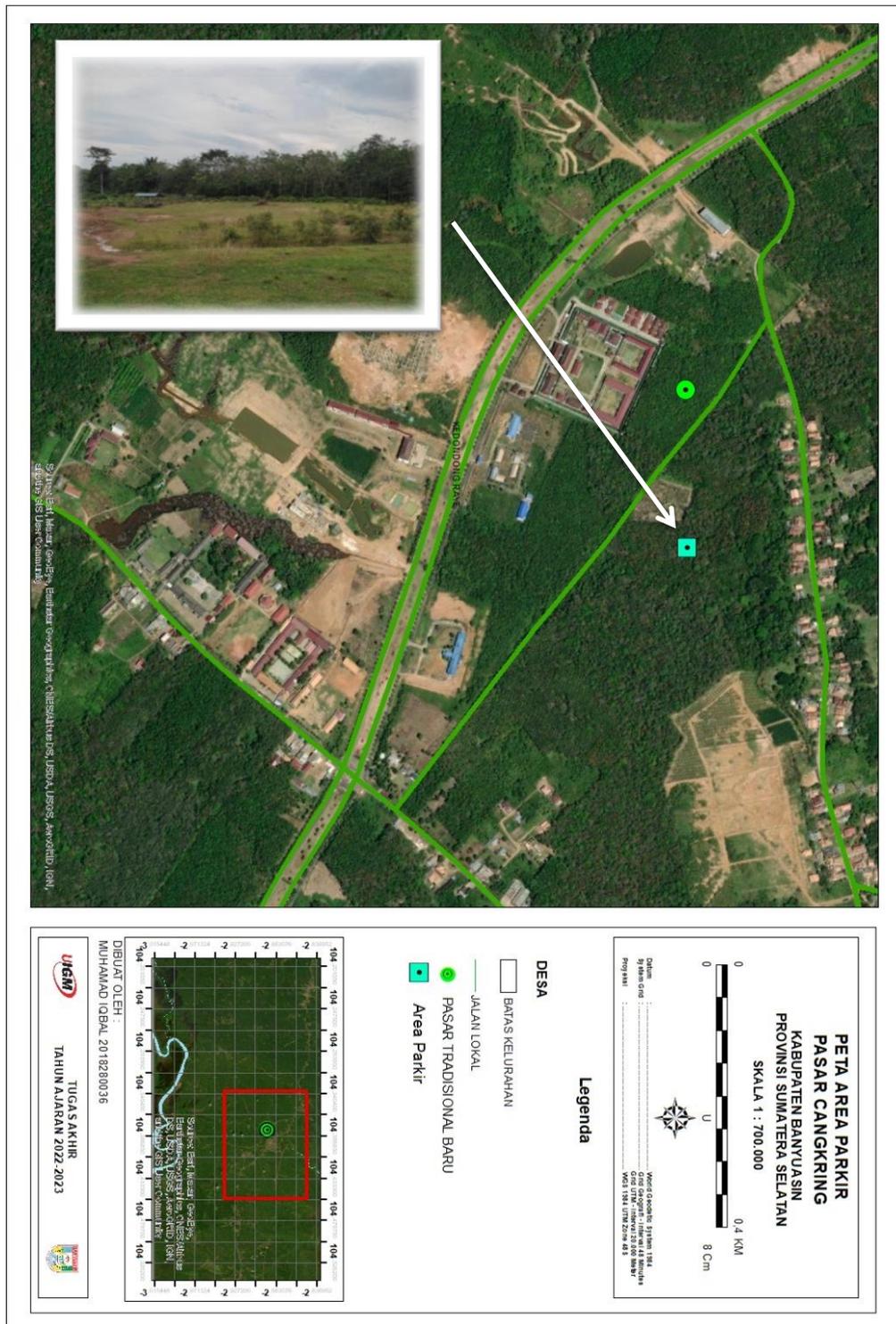
membangun lahan parkir yang terpisah dari akses keluar maupun akses masuk kendaraan yang di mana pemerintah telah merencanakan untuk membangun tempat parkir menggunakan portal modern. Tentu ini sangat menjadi sebuah rancangan dan ide yang sangat bagus dalam menertibkan kendaraan para pedagang maupun pembeli. Dengan adanya portal modern elektronik tidak akan ada lagi orang-orang yang bisa lolos terhadap penarikan biaya parkir maupun terjadinya rencana kejahatan pencurian motor. Hal ini tentunya sangat berbeda jauh dengan adanya lahan parkir di pasar lama Pangkalan Balai yang dimana area parkir di pasar lama Pangkalan Balai masih banyak sekali area parkirnya yang sangat tidak beraturan dengan masih banyaknya orang-orang yang memarkirkan kendaraannya menggunakan sebagian bahu jalan serta sering terjadinya pencurian motor sehingga ini sangat menjadi kendala besar bagi pemerintah karena pasar menjadi semakin lebih sempit dan sangat susah untuk dilalui jika kondisi pasar sedang ramai-ramainya pengunjung untuk berbelanja. Hal inilah yang menjadikan salah satu alasan mengapa pasar lama Pangkalan Balai akan segera di pindahkan ke pasar Cangkring karena kondisi pasar Cangkring yang lebih luas untuk para pengendara roda dua maupun roda empat untuk memarkirkan kendaraan mereka sesuai dengan tempat yang telah di buat dan disediakan oleh pemerintah. Adapun hasil dokumentasi dilapangan sebagai berikut.



(Lahan Parkir Pasar Cangkring)

Gambar 5. 7 Area Parkir

Sumber : Observasi Peneliti 2023



Gambar 5. 8 Peta Area Parkir
Sumber : Hasil olah Peneliti 2023

5.1.1.5 Aksesibilitas

Aksesibilitas yang dijelaskan dalam hal ini berkaitan dengan kemudahan akses menuju pasar Cangkring. Akses menuju lokasi Pasar Cangkring ini digolongkan cukup sulit dikarenakan kondisi jalan yang belum memadai dan harus melewati hutan, hal tersebut membuat kekhawatiran para pedagang dalam menuju ke pasar Cangkring pada saat malam hari.

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan pedagang sebagai berikut.

“akses nk ke pasar cangkring ini tergolong cukup mudah pacak dari arah mane bae dari arah palembang-betung apalagi lewat dari jalan lingkar kite ini dak macet. cepet kalu dari arah betung nak ke pasar cangkring lewat jalan lingkar cuman tula kondisi jalannya banyak yang rusak dan jugs minim lampu penerangan jalan, itula yang jadi kendala yang dikeluhke pedagang saat ini.” (wawancara pedagang pada tanggal 5 desember 2022).

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan pedagang sebagai berikut.

“akses yang sekarang ni dek dak bagus nian man pandangan aku karne lokasi ni jaoh dari permukiman warga nak ke pasar tu jugs man lewat jalan lingkar ye mungkin lah masih aman karne ade masih lampu jalannya walaupun banyak yang mati, tapi kalu lah masuk lorong pasar tu ay ngeri dek kami lah tue ni dak pacak ngape-ngpe kalu ade kejahatan. Nak sewa angkut barang pasti hargenye naek sesuai dengan akses saat ini karne dari rumah kami menuju kepasar cangkring tu lumayan jaoh mane barang dagangan lom tentu banyak yang beli gek laju rugi be besaklah modal kami kesane dari untong kami bejualan.” (wawancara pedagang pada tanggal 5 desember 2022).

Berdasarkan informasi yang disampaikan kedua informan dapat diketahui dan disimpulkan bahwa para pedagang masih banyak yang merasa khawatir terhadap lokasi pasar Cangkring saat ini, yang di mana kebanyakan pedagang takut jika akan mengantarkan barang-barang dagangan mereka pada saat malam hari untuk berjualan apalagi kondisi jalan menuju pasar Cangkring sangat sepi dan jauhnya dari permukiman rumah warga dikarenakan penerangan jalan pada lokasi pasar cangkring ini yang sangat minim atau sama sekali belum ada penerangan, hal ini sangat mengkhawatirkan terjadinya rawan kejahatan di daerah

kawasan pasar. Tentunya ini sangat penting menjadi pertimbangan bagi pemerintahan untuk segera mungkin menindaklanjuti untuk segera mungkin memasang penerangan jalan baik di luar pasar maupun di dalam pasar karena jika penerangan jalan sudah terpasang semua maka pedagang maupun pembeli yang ingin bejualan dan berbelanja tidak akan merasa takut lagi dan khawatir dengan adanya hal-hal yang tidak di inginkan serta dapat lebih menjaga keamanan pasar maupun kenyamanan para pedagang dan pembeli dalam berjualan maupun berbelanja di pasar Cangkring tersebut. Adapun hasil dokumentasi dilapangan sebagai berikut.



(Akses keluar Pasar Cangkring)



(Akses masuk Pasar Cangkring)

Gambar 5. 9 Kondisi Aksesibilitas Pasar Cangkring

Sumber : Observasi Peneliti 2023

5.1.1.6 Lokasi Pasar

Lokasi menjadi faktor yang sangat penting khususnya dalam dunia bisnis. Lokasi yang baik adalah lokasi yang mudah dijangkau para konsumen dan target pasar. Pasar Cangkring ini secara makro tentu cukup efektif dikarenakan letak pasar yang berada di lahan yang masih luas dan potensi daya beli dari berbagai wilayah Kecamatan akan meningkatkan ekonomi pasar.

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan Sujak sebagai berikut

*“Dalam hal ini alasan pembangunan pasar terletak di wilayah cangkring tersebut adalah arahan dari Pemerintah Kabupaten Banyuasin untuk menjadikan pasar tersebut sebagai pasar pusat Kabupaten dan sebagai pusat perdagangan yang karena memang lahan di wilayah tersebut luas dan dapat menghidupkan perekonomian di permukiman masyarakat di wilayah pasar tersebut.”
(wawancara Kabid Pengelolaan Pasar pada tanggal 5 desember 2022).*

Berdasarkan informasi yang telah disampaikan oleh Kabid Pengelolaan Pasar dapat di ketahui dan disimpulkan, bahwa lokasi Pasar Cangkring ini tentu akan sangat berdampak positif terhadap wilayah pasar, yang awalnya wilayah tersebut kurang berkembang namun dengan adanya pasar Cangkring ini akan menghidupkan kembali wilayah tersebut, contohnya akan lebih banyak masyarakat yang membeli lahan tanah di sekitar pasar agar bisa membangun rumah untuk mereka tinggal, banyak timbulnya warung nasi dan warung-warung kecil lainnya yang bisa meningkatkan perekonomian mereka, adanya usaha ojek yang dimana usaha ojek ini akan lebih sangat membantu dan memudahkan masyarakat yang sedang berbelanja di pasar Cangkring untuk pulang pergi dari lokasi pasar, serta usaha-usaha lainnya yang bisa menjadi penghasilan bagi masyarakat baru yang telah tinggal di dekat area pasar Cangkring. Adapun hasil dokumentasi dilapangan sebagai berikut.



Gambar 5. 11 Lokasi Pasar Cangkring

Sumber : *Sumber : Observasi Peneliti 2023*

5.1.2 Aspek Non Fisik

Aspek non fisik dari Pasar Cangkring membahas mengenai visi misi dan tujuan, struktur organisasi/ kelembagaan, Kebijakan Pemerintah, kenaikan harga komoditas.

5.1.2.1 Visi Misi dan Tujuan

Pasar Cangkring memiliki Visi, misi dan tujuan secara tertulis. Visi Dinas perdagangan, koperasi, usaha kecil dan menengah Kabupaten sebagai unit pelaksana teknis dengan kewenangan dibidang perdagangan, koperasi, industri UKM, dan pengelolaan pasar. Untuk mewujudkan visi sebagaimana yang diterangkan maka misi yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kualitas kelembagaan, layanan, produktivitas, dan usaha koperasi dan UMKM.
- b. Pengembangan dan penguatan sentra-sentra produksi/klaster dan meningkatkan kapasitas IPTEK sistem produksi industri kreatif berbasis sumber daya lokal.
- c. Meningkatkan tertib usaha dan pembinaan perdagangan kaki lima dan asongan, fasilitasi sarana dan prasarana perdagangan, akses pasar dan perlindungan konsumen guna terciptanya iklim perdagangan yang kondusif.
- d. Meningkatkan kualitas SDM dan profesionalisme aparatur serta sarana dan prasarana pendukung dalam memberikan pelayanan.

Dan dalam mendukung visi misi yang dijelaskan maka tujuan yang akan dicapai berdasarkan lokasi tempat pembangunan pasar Cangkring adalah supaya dapat meningkatkan fasilitas pelayanan pasar dan pendapatan asli daerah (PAD).

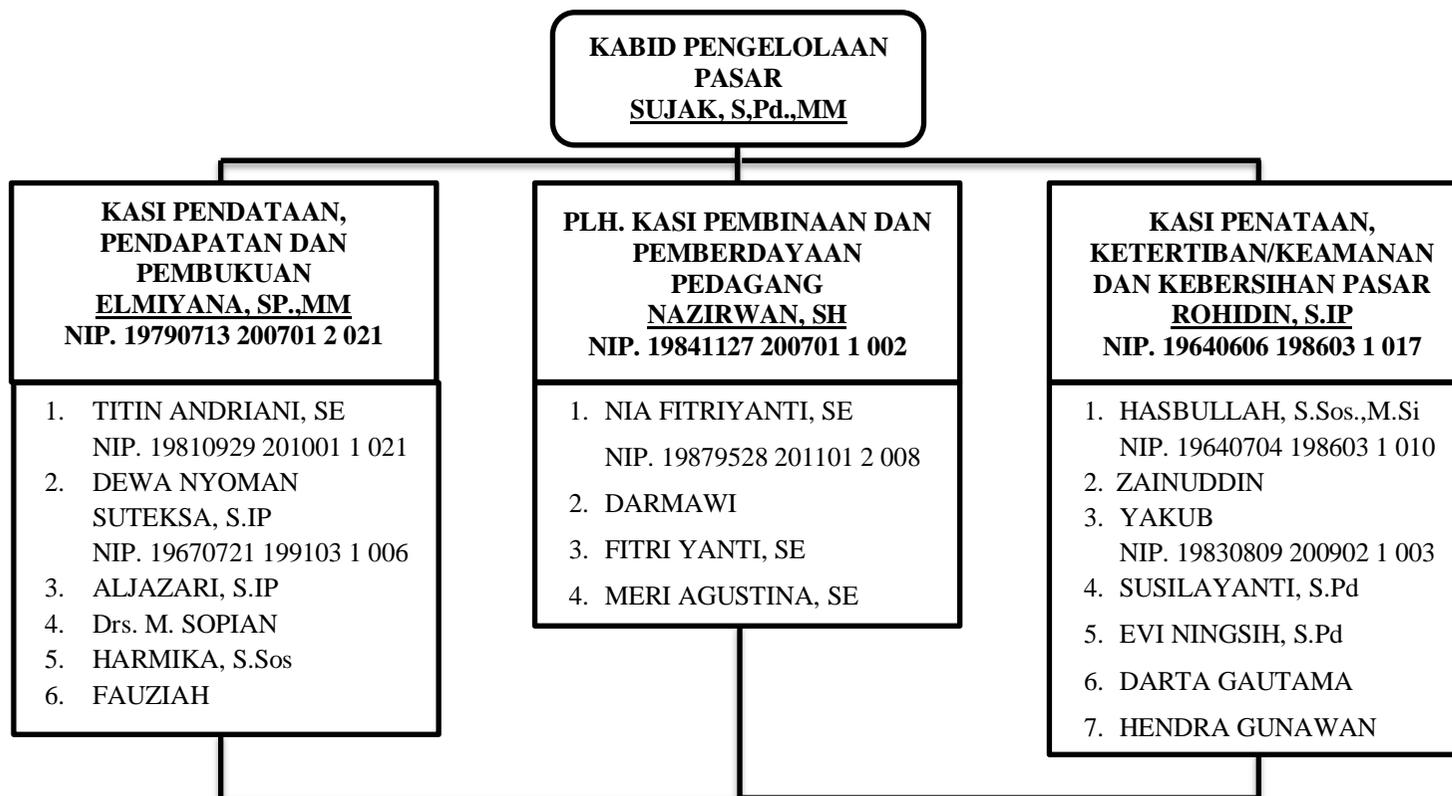
5.1.2.2 Struktur Kelembagaan

Struktur organisasi diperlukan untuk membedakan batas-batas wewenang dan tanggung jawab secara sistematis yang menunjukkan adanya hubungan/keterkaitan antara setiap bagian untuk mencapai tujuan yang telah diterapkan. Pasar Tradisional Cangkring dikelola oleh Dinas Koperasi dan UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) terkhusus lagi oleh

bidang pengelolaan pasar. Bidang ini dipimpin oleh kepala bidang yang bertugas untuk memimpin, merencanakan, penyusunan, melaksanakan, mengkoordinir, mengevaluasi dan mengendalikan tugas-tugas dibidang pengelolaan pasar. Dalam melaksanakan tugasnya kepala bidang dibantu oleh seksi pendataan, pendapatan dan pembukuan, seksi pembinaan dan pemberdayaan pedagang, dan seksi penataan, ketertiban/keamanan dan kebersihan pasar.

Seksi pendataan, pendapatan dan pembukuan bertugas untuk melaksanakan pendataan hasil pendapatan yang bersumber dari retribusi pasar. seksi pembinaan dan pemberdayaan pedagang bertugas untuk melakukan pembinaan terhadap pedagang terutama pedagang kaki lima demi kelancaran aktivitas pasar. Sedangkan seksi penataan, ketertiban/keamanan dan kebersihan pasar bertugas untuk menyusun program dan langkah-langkah upaya penataan kegiatan operasional ketertiban dan kebersihan pasar. Gambar 5.1 berikut merupakan struktur organisasi bidang pengelolaan pasar Diskoperindag Kabupaten Banyuasin.

5.1 Bagan Struktur Organisasi Pengelolaan Pasar



Gambar 5. 13 Bagan Struktur Organisasi Pengelolaan Pasar

Sumber : Dinas Koperindag Banyuasin

Susunan organisasi yang ada dibuat untuk menjalankan seluruh aktivitas atau kegiatan pengelolaan pasar di Kabupaten Banyuasin salah satunya pasar Cangkring. Melalui struktur organisasi yang baik, pengaturan pelaksanaan pengelola pasar dapat diterapkan dengan baik, efektif dan efisien. Adanya bidang khusus yang menangani pengelolaan pasar, membuat proses pengelolaan pasar dapat berjalan dengan baik, terlebih adanya koordinasi antar seksi dalam bidang tersebut.

5.1.2.3 Kebijakan Pemerintah

Kebijakan Pemerintah sedikit banyak memiliki pengaruh terhadap operasional pasar Cangkring. Dalam pengelolaan pasar Cangkring saat ini dikelola oleh Dinas Koperasi dan UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Banyuasin. Pemerintah dalam membangun pasar Cangkring ini terdapat kendala dalam hal finansial dimana anggaran pembangunan pasar belum terpenuhi sehingga rencana relokasi tidak dapat dilaksanakan dengan semestinya. dalam rencana pemindahan pedagang tentunya harus melibatkan seluruh stakeholder baik itu dari pemerintah maupun pedagang, apakah para pedagang bersedia pindah ke pasar Cangkring tanpa ada pertimbangan yang menguntungkan ataupun sebaliknya.

Sebagaimana yang disampaikan oleh informan Sujak sebagai berikut

“kalu masalah itu kite sesuai dengan arahan Bupati kite dulu yang nak mindahke pedagang, tapi setelah bangunan sudah jadi para pedagang ni banyak dak galak pindah karne banyaknye alasan, mereka takutnye agek jualan mereka dak katek yang beli disitu. Mereka galak pindah kalu daya tampungnye lah memang cukup nampung seluruh pedagang. Nah, untuk mindahke seluruh pedagang itu dak memungkinke karne bangunan itu dak cukup nampung seluruh pedagang itu dengan jumlah 1.183 orang ditambah anggaran dana banyuasin dak banyak untuk membangun bangunan lagi, itulah pemerintah sekarang cari investor untuk diajak kerjasama untuk nambah bangunan pasar.” (wawancara Kabid Pengelolaan Pasar pada tanggal 5 desember 2022).

Dalam penjelasan diatas hampir mempunyai kesamaan dengan yang dijelaskan oleh informan pedagang sayur sebagai berikut:

“sebenernye kami pedagang ni galak bae dipindahke karne sepi disane tu beda dengan pasar balai, kalu pasar cangkring tu banyak takut orang nk lewat jalan itu, dan juge pasti biaya sewa kios/los disitu bakalan mahal. untuk sekarang bae misalnya nk dipindahke masih dak cukup nak nampung pedagang, padahal lah lame bangunan itu dibangun dari tahun 2019 sampe sekarang dak katek perubahan sampe sekarang.” (wawancara pedagang pada tanggal 5 desember 2022).

Berdasarkan informasi yang disampaikan oleh kedua informan dapat disimpulkan bahwa dalam pemindahan para pedagang pasar Pangkalan Balai ke pasar Cangkring tentunya tidak mudah dikarenakan para pedagang merasa hal ini membuat mereka menjadi rugi dan tentunya akan banyak berdampak buruk bagi pedagang itu sendiri seperti penghasilan mereka akan mengalami perubahan entah itu naik ataupun turun, naiknya biaya sewa los/kios dan fasilitas yang kurang memadai. Adapun alasan pemerintah sampai sekarang belum memindahkan seluruh pedagang ke pasar cangkring dikarenakan posisi bangunan pasar cangkring yang sudah di bangun saat ini ternyata bangunan tersebut tidak cukup untuk menampung seluruh pedagang di pasar sebelumnya yang di mana daya tampung Pasar Cangkring hanya dapat menampung 446 los/kios sedangkan jumlah pedagang di pasar Pangkalan Balai itu sudah mencapai 1.183. Tentunya hal ini dapat menjadi keributan terus menerus jika tidak segera di tindaklanjuti dan pedagang juga tidak akan mau pindah jika fasilitas-fasilitas yang mereka butuhkan belum disediakan. Hal ini sangat menjadi tantangan yang serius bagi Pemerintah untuk mencari solusi yang baik dan adil dalam pemindahan pasar agar tidak terjadinya kerugian satu sama lain.

5.1.2.4 Kenaikan Harga Komoditas

Perpindahan pedagang pasar ke Pasar Cangkring membuka kemungkinan untuk terjadinya kenaikan harga dari komoditas-komoditas yang dijual, ada beberapa faktor yang dapat berkontribusi terhadap kenaikan harga komoditas pada Pasar Cangkring seperti apabila terjadi kenaikan harga sewa los/kios, menurunnya

transaksi jual beli, dan kenaikan harga dari supplier yang dikarenakan jarak Pasar Cangkring yang lebih jauh dari Pasar Pangkalan Balai. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan pedagang ikan sebagai berikut

“sebenarnya mamang ni kurang tau juge dek bakalan naek ape idak harge barang ni, soalnya mamang belum tau juge berape sewa lapak dipasar baru, kalu harge sewa lapak naek kemungkinan bakalan naek juge dan juge kite nak liat bakalan rame ape idak pasarnya kalu sepi bakalan mamang naeke dikit hargenye untuk nutupi modal be walaupun untong tadi dak pule banyak”

Dan juga seperti yang disampaikan oleh informan pedagang manisan berikut ini.

“caknye bakalan naek dek hargenye soalnya barang yang bibik jual ni urang gale yang ngantarke, jadi kalu urang yang ngatarke tu naekke harge bibik bejualan bakal naek ke harge jugeken kau taula cak mane jarak pasar cangkring ni lebeh jaoh dari yang di balai sini, bibik bakalan tetap naekke man barang tu walaupun dak banyak, takutnye man banyak gine naekke gek laju sepi jualan bibik mane sekarang getah di tubo ni murah manelah bibik ni banyak boleh untong aman bejualan Cuma jadilah jengan dak balek modal be bibik ni lokasi la jaoh awak sengal bejual dari pagi bute sampai magrib”.

Berdasarkan kedua informan tersebut didapatkan beberapa poin penting yang dapat mempengaruhi kenaikan harga komoditas. Pedagang ikan mengatakan bahwa kenaikan harga sewa los/kios serta menurunnya jumlah pendapatan yang dapat mengakibatkan pedagang untuk menaikkan harga dagangannya. Kemudian pedagang manisan menyatakan bahwa kenaikan harga komoditas dapat dipengaruhi oleh kenaikan harga supplier akibat lokasi Pasar Cangkring yang lebih jauh.

5.2 Analisis Faktor Internal dan Faktor Eksternal Menggunakan SWOT

Untuk mengetahui strategi relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai dengan melakukan metode SWOT yang merupakan identifikasi dari beberapa faktor yang merumuskan strategi SWOT digunakan untuk membandingkan antara faktor internal yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dengan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*).

5.2.1 Faktor Internal

Adapun faktor internal yang terdiri dari kekuatan(*strength*) dan kelemahan (*weakness*) sebagai berikut:

5.2.1.1 Kekuatan (*Strength*)

Menurut hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa faktor kekuatan yang menjadi pendorong dalam Program relokasi Pasar Tradisional di Pangkalan Balai yaitu:

1. Ketersediaan Lahan yang Lebih Luas

Lahan yang berada di Pasar Cangkring memiliki luas sekitar 40.000 m² yang mampu menampung 1.183 pedagang. Dibandingkan dengan luasan pasar sebelumnya yang hanya memiliki luas sekitar 10.930 m² jauh lebih luas Pasar Cangkring. Pasar Cangkring diharapkan dapat mengakomodir seluruh pedagang di Pasar Pangkalan Balai termasuk pedagang kaki lima yang mengganggu ketertiban jalan di Pasar Pangkalan Balai.

2. Ketersediaan parkir yang dikelola pihak pasar

Berdasarkan observasi dilapangan Pasar Pangkalan Balai tidak memiliki lahan parkir, sehingga membuat para pedagang maupun pembeli parkir sembarangan di bahu jalan bahkan ada yang parkir di lahan rumah orang. Hal tersebut membuat orang yang berbelanja menjadi tidak nyaman dengan adanya parkir liar tersebut yang mengganggu aktivitas pasar. Sedangkan di Pasar Cangkring tersedia lahan parkir seluas 500 m². lahan parkir tersebut terbagi menjadi dua area yaitu area parkir roda dua dan roda empat. untuk area parkir roda dua tersedia sebanyak 100 petak parkir, sedangkan untuk kendaraan roda empat 25 petak parkir. Dengan lahan parkir seluas itu, para pengguna pasar dapat parkir kendaraan masing-masing pada tempat yang telah disediakan. Sehingga parkir kendaraan dapat lebih tertib dan tidak memakan bahu jalan yang dapat menimbulkan kemacetan seperti di pasar sebelumnya. Lahan parkir Pasar Cangkring sendiri dikelola langsung oleh pihak pasar. Pihak pasar mengelola lahan parkir dengan memberikan tiket masuk pasar yang dimana para masyarakat yang akan berbelanja dipasar tidak

akan lolos dari tarif parkir yang diberikan ditambah dengan adanya portal elektronik akan memberikan rasa aman bagi masyarakat yang akan berbelanja walaupun akan dikenakan tarif parkir Rp. 3.000/ jam untuk pengendara motor dan Rp. 6.000/ jam untuk pengendara mobil yang parkir di area pasar.

3. Adanya Visi Misi Yang Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah & Peningkatan Pelayanan Terhadap Masyarakat

Pasar Cangkring dibangun tentunya memiliki visi misi kuat terhadap pertumbuhan perekonomian Banyuwasin, seperti yang diungkapkan oleh Bupati Banyuwasin bahwa dengan pembangunan Pasar Cangkring ini adalah untuk meningkatkan rasa kenyamanan dalam berbelanja bagi para pedagang maupun pembeli, dan juga dapat meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) Banyuwasin melalui tren perdagangan Pasar Cangkring. Seiring dengan berkembangnya suatu pasar di wilayah sekitar akan berdampak positif terhadap tingkat kesejahteraan masyarakat sekitar, masyarakat akan memulai membuka usaha sendiri dan menawarkan jasa transportasi.

5.2.1.2 Kelemahan (*Weakness*)

1. Sulitnya Aksesibilitas

Pasar Cangkring saat ini dinilai kurang efektif dikarenakan lokasi yang tidak diharapkan para pedagang yang jauh dari akses jalan utama membuat para pedagang menjadi resah akan lokasi yang disediakan. Menurut pedagang pasar jauh dari jalan utama ditambah dengan lokasi yang sepi akan membuat biaya ongkos angkut barang akan meningkat.

2. Sulitnya Akses Keluar-Masuk Pasar

Akses keluar masuk Pasar Cangkring hanya memiliki satu jalur keluar masuk yang apabila terdapat kendaraan yang memiliki masalah pada kendaraannya terutama roda empat di jalur keluar masuk tentu akan membuat akses menjadi macet. Hal ini tentu kurang efektif apabila dikaji dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152-2015 tentang pedoman dalam mengelola dan membangun

pasar. Sebab dalam pedoman tersebut menjelaskan bahwa akses keluar masuk pasar harus memiliki jalur yang terpisah.

3. Drainase Belum Sesuai Standar

Dalam menunjang kenyamanan dalam berbelanja dipasar tentunya tidak adanya genangan air ataupun banjir. Pasar Cangkring sendiri telah menyediakan drainase sebagai saluran yang akan di alirkan ke daerah hilir, namun pembangunan drainase yang disediakan di Pasar Cangkring ini tidak memenuhi sesuai ketentuan dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) 8152-2015 tentang pedoman dalam mengelola dan membangun pasar. Drainase yang harusnya dibangun dengan menggunakan penutup kisi agar mudah dibersihkan, namun di Pasar Cangkring tidak menggunakan penutup kisi ditambah banyak pepohonan yang daunnya berjatuhan masuk ke saluran drainase.

4. Belum Tersedianya Penerangan Jalan

Dalam menunjang aktivitas perdagangan disuatu pasar tentunya harus mempunyai fasilitas yang mendukung untuk memudahkan dalam beraktivitas. Pasar Cangkring sendiri hingga saat ini belum mempunyai fasilitas penerangan jalan. Padahal fasilitas penerangan jalan ini merupakan aspek yang sangat penting ditambah aktivitas para pedagang dalam mengantarkan suatu barang dagangan pada waktu dini hari.

5.2.2 Faktor Eksternal

5.2.2.1 Peluang (*Opportunity*)

1. Terbukanya Peluang Investasi

Dengan adanya Pasar Cangkring ini akan berpotensi berkembang menjadi pasar yang lebih besar dibandingkan dengan pasar yang lain di Kecamatan Banyuasin III. Dengan potensi kemajuan Pasar Cangkring tentunya ini akan menarik minat para investor dalam mengelola Pasar Cangkring untuk memperoleh keuntungan.

2. Pasar Cangkring Menjadi Pusat Perdagangan

Pasar Cangkring saat ini memiliki lahan yang luas yang akan terus dikembangkan dalam menunjang aktivitas perdagangan. Dengan jumlah pedagang yang mencapai 1.183 orang. Tentu dengan jumlah pedagang yang ada Pemerintah Banyuasin akan menjadikan Pasar Cangkring ini menjadi pusat Pasar induk Kabupaten Banyuasin dengan melihat potensi ketersediaan bahan pangan yang ada. Hal ini tentu merupakan dampak positif terhadap kemajuan suatu pasar dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Banyuasin.

3. Terbukanya Lapangan Pekerjaan

Dengan adanya Pasar Cangkring membuka kesempatan bertambahnya jumlah lapangan pekerjaan baru. Diantaranya adalah banyak munculnya pedagang baru dikarenakan meningkatnya kapasitas jumlah pedagang yang ditampung. Selain itu juga diperkirakan akan meningkatnya penggunaan jasa transportasi, hal ini membuka kesempatan bagi para pelaku jasa transportasi seperti, ojek dan becak. Selain itu juga untuk menjaga kebersihan wilayah Pasar Cangkring yang luasannya lebih besar maka dibutuhkan petugas kebersihan yang lebih banyak.

4. Dapat Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Sekitar

Dengan adanya Pasar Cangkring ini akan berpeluang terhadap wilayah sekitar Cangkring. Pasar yang ramai akan meningkatkan minat masyarakat untuk membuka usaha sendiri dirumah tanpa harus membayar biaya sewa los/kios. Masyarakat memanfaatkan dengan adanya pasar untuk meningkatkan kesejahteraan dari berbagai macam usaha baik itu warung makan, jasa transportasi dan usaha lainnya.

5.2.2.2 Ancaman (*Threats*)

1. Belum Tersediannya Pos Keamanan

Pembangunan Pasar Cangkring ini menjadi suatu ancaman bagi para pedagang dan pembeli pasalnya Pasar Cangkring hingga saat ini belum tersedia pos keamanan dimana ini sangatlah penting dalam menjamin keselamatan dan mengurangi tingkat kriminalitas terhadap pedagang maupun pembeli yang

beraktivitas. Pos keamanan ini seharusnya diutamakan dalam pembangunan pasar yang memiliki potensi terjadinya suatu kejahatan.

2. Berpotensi Terjadinya Tindakan Kriminal

Setiap wilayah pastinya memiliki karakteristik yang berbeda-beda sesuai dengan tren wilayah tersebut. Wilayah Cangkring sendiri akan menjadi tren pusat perdagangan yang tentu akan ramai pusat jual beli barang dari berbagai wilayah, namun lokasi pasar yang jauh dari permukiman warga dan jalan utama akan berpotensi menimbulkan kejahatan di wilayah pasar yang letaknya masuk daerah hutan.

3. Kenaikan Harga Komoditas

Harga komoditas khususnya komoditas pangan yang menjadi kebutuhan pokok tidak terlepas dari adanya fluktuasi harga. Kenaikan harga barang disuatu pasar bisa disebabkan beberapa faktor permintaan dan penawaran dan juga jarak. Pasar Cangkring memiliki ancaman kenaikan harga barang disebabkan lokasi pasar yang jauh dari tempat pengambilan bahan pokok yang berakibat naiknya biaya ongkos angkut barang, untuk itu para pedagang menaikkan harga komoditas barang dagangannya.

4. Persepsi Pedagang

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pedagang, pedagang menolak akan dipindahkan disebabkan beberapa alasan pedagang yang menjelaskan bahwa Pasar Cangkring jauh dari permukiman, tingkat jual beli akan menurun, naiknya biaya sewa los/kios, potensi tingkat kriminalitas yang tinggi dan kurangnya sosialisasi. Hal tersebut yang membuat para pedagang menolak akan dipindahkan.

5.2.3 Matriks Faktor Internal dan Eksternal

Tahap pertama yang dilakukan untuk merumuskan strategi relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring yaitu dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman. Selanjutnya Tahap kedua adalah yaitu memasukkan faktor internal dan eksternal ke dalam tabel. Adapun Matrik Faktor Internal dan Faktor Eksternal sebagai berikut:

Tabel 5. 1 Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal

<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan lahan yang lebih luas 2. Ketersediaan parkir yang dikelola pihak pasar 3. Adanya Visi misi yang mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan pelayanan terhadap masyarakat 	<p style="text-align: center;">Kelemahan(W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sulitnya Aksesibilitas 2. Sulitnya akses keluar-masuk pasar 3. Drainase belum sesuai standar 4. Belum tersedianya penerangan jalan
<p style="text-align: center;">Peluang(O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbukanya peluang investasi 2. Pasar Cangkring menjadi pusat perdagangan 3. Dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar 4. Terbukanya lapangan pekerjaan 	<p style="text-align: center;">Ancaman(T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Belum tersediannya pos keamanan 2. Berpotensi terjadinya tindakan kriminal 3. Kenaikan harga komoditas 4. Persepsi pedagang

Sumber : Hasil olah Peneliti 2023

5.3 Merumuskan Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring

Rumusan strategi relokasi pasar tradisional Pangkalan Balai ke Pasar Cangkring pada penelitian ini disusun berdasarkan temuan-temuan yang telah dilakukan dari faktor internal dan faktor eksternal serta dengan peraturan arah kebijakan seperti Peraturan Daerah Kabupaten Banyuasin Nomor 28 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Banyuasin Tahun 2012-2032, Peraturan Daerah Kabupaten Banyuasin Nomor 1 Tahun 2019 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kabupaten Banyuasin.

Tabel 5. 2 Matriks SWOT

<p style="text-align: center;">FAKTOR INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">FAKTOR EKSTERNAL</p>	<p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan lahan yang lebih luas 2. Ketersediaan parkir yang dikelola pihak pasar 3. Adanya Visi misi yang mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan pelayanan terhadap masyarakat 	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sulitnya Aksesibilitas 2. Sulitnya akses keluar-masuk pasar 3. Drainase belum sesuai standar 4. Belum tersedianya penerangan jalan
<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Terbukanya peluang investasi 2. Pasar cangkring menjadi pusat perdagangan 3. Dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar 4. Terbukanya lapangan pekerjaan 	<p>SO</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Pembangunan infrastruktur unik sebagai daya tarik pasar (S1, O1) b. Pemanfaatan visi misi dalam menarik minat para investor. (S3, O1) 	<p>WO</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Pembangunan fasilitas-fasilitas pasar seperti penerangan jalan, perbaikan drainase dan penambahan jalan baru untuk akses keluar dan masuk pasar dari dana investor (W1,W2,W3,W4, O1) b. Penciptaan lapangan pekerjaan baru dalam rangka perbaikan dan

		peningkatan fasilitas pasar (W2,W3, W4, O3,O4)
Ancaman (<i>Threats</i>) 1. Belum tersediannya pos keamann 2. Berpotensi terjadinya tindakan kriminal 3. kenaikan harga komoditas 4. Persepsi pedagang	ST a) Sosialisasi kepada pedagang mengenai visi misi pasar (S3, T4) b) Pengadaan subsidi dalam rangka pemulihan ekonomi pedagang pasca relokasi. (S3, T3, T4)	WT a) Pembangunan infrastruktur dengan fokus peningkatan keamanan pasar (W2,T1,T2,W4) b) Pembangunan fasilitas-fasilitas penunjang pasar untuk menarik minat para pedagang berjualan dipasar Cangkring (W1,W2, W3, W4, T4)

Sumber : Hasil olah Peneliti 2023

Berdasarkan Matriks SWOT, maka di hasilkan 8 macam strategi yang di kelompokkan ke dalam 4 sel. Penjelasan terhadap strategi-strategi tersebut di uraian sebagai berikut :

5.3.1 Strategi SO

Berdasarkan dan hasil matriks SWOT, maka strategi yang dihasilkan dari faktor kekuatan dan peluang terdapat beberapa poin sebagai berikut :

a) **Pembangunan Infrastruktur Unik Sebagai Daya Tarik Pasar**

Dengan adanya kelebihan berupa lahan kosong yang luas, membuka kemungkinan untuk Pemerintah Daerah dapat membangun infrastruktur unik yang akan menjadi ciri khas pasar dilahan tersebut. Salah satu infrastruktur yang dapat dibangun seperti taman, pasar kuliner, dan tempat ibadah.

b) **Pemanfaatan Visi Misi Dalam Menarik Minat Para Investor**

Investor memiliki peran yang sangat penting dalam upaya mengelolah pasar. untuk dapat menarik minat para investor terdapat beberapa langkah yang dapat diambil :

1. Mengeluarkan daftar prioritas investasi
2. Mendirikan badan pengelola investasi
3. Menjamin keamanan investasi

5.3.2 Strategi WO

Berdasarkan dan hasil matriks SWOT, maka strategi yang dihasilkan dari faktor kelemahan dan peluang terdapat beberapa poin sebagai berikut :

a) **Pembangunan Fasilitas-Fasilitas Pasar Menggunakan Dana Investor**

Beberapa fasilitas yang dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas pasar adalah Penerangan jalan, perbaikan drainase dan pembuatan jalan baru.

Berkaca pada pasar lama Pangklan Balai aktivitas pedagang sudah dimiliki sejak dini hari (jam 2 pagi). Maka hal sama pun mungkin akan terjadi pada pasar Cangkring ini. Kebutuhan akan penerangan jalan pada pasar Cangkring akan sangat tinggi dibandingkan pasar

Pangkalan Balai. Dikarenakan lokasi pasar Cangkring yang cukup jauh dari permukiman warga.

Drainase yang dibangun pada pasar Cangkring belum memenuhi Standar Nasional Indonesia tahun 2015 mengikuti standar kualitas pasar. Hal ini pun mengakibatkan perbaikan drainase menjadi fokus dalam pembangunan pasar. Selain itu, jalan juga memiliki peran yang sangat krusial dalam ekosistem pasar sebagai jalur masuk dan keluar pedagang dan pembeli. Adapun barang komoditas yang seringkali dianggap urat nadi pasar. Maka dari itu pembangunan jalan sangat dibutuhkan oleh pasar baru.

b) Penciptaan Lapangan Pekerjaan Baru Dalam Rangka Perbaikan Dan Peningkatan Fasilitas Pasar

Dibutuhkan banyak sumber daya manusia dalam proses pembangunan fasilitas-fasilitas penunjang pasar. hal ini pun dapat membuka peluang pekerjaan bagi banyak individual dari berbagai macam disiplin seperti teknisi kelistrikan, buruh bangunan, bahkan sampai teknik sipil.

5.3.3 Strategi ST

Berdasarkan dan hasil matriks SWOT, maka strategi yang dihasilkan dari faktor kekuatan dan ancaman terdapat beberapa poin sebagai berikut :

a) Sosialisasi Kepada Pedagang Mengenai Visi Misi Pasar

Sosialisai merupakan salah satu langkah yang dibutuhkan untuk dapat menyebarkan informasi secara langsung kepada khalayak ramai. Sosialisasi dibutuhkan dalam upaya menyatukan visi maupun visi dengan kepentingan pengguna pasar. Materi yang disampaikan pun harus memiliki manfaat bagi para pedagang. Beberapa poin yang perlu disampaikan dalam sosialisasi visi misi pasar adalah target utama pengelola pasar yang ingin menjadikan pasar baru menjadi pasar utama pada daerah Banyuasin, dan manfaat yang dapat dirasakan oleh masyarakat jika hal tersebut menjadi kenyataan.

b) **Pengadaan Subsidi Dalam Rangka Pemulihan Ekonomi Pedagang Pasca Relokasi**

Pemindahan pasar Cangkring akan berdampak pada ketidakstabilan ekonomi para pedagang dimana para pedagang harus memulai kembali usaha mereka dari awal. Dari modal yang dibutuhkan untuk biaya sewa los/kios hingga pedagang harus berusaha kembali untuk mencari pelanggannya. Oleh karena itu pengelola pasar harus menjalankan strategi untuk dapat memulihkan kembali ekonomi pedagang salah satu kebijakan yang dapat diambil adalah dengan pemberian subsidi pada sewa los/kios bagi para pedagang dengan kebijakan tersebut dapat meringankan kebutuhan para pedagang dalam memulai kembali usahanya.

5.3.4 Strategi WT

Berdasarkan dan hasil matriks SWOT, maka strategi yang dihasilkan dari faktor kelemahan dan ancaman terdapat beberapa poin sebagai berikut :

a) **Pembangunan infrastruktur dengan fokus peningkatan keamanan pasar**

Mengingat aktivitas pasar yang berjalan selama 24 jam, adanya ancaman terjadinya tidak kejahatan. Salah satu infrastruktur yang penting untuk dibangun adalah pos keamanan. Pos tersebut berfungsi sebagai pusat penjaga keamanan pasar. Selain itu infrastruktur yang juga tak kalah penting adalah penerangan jalan dengan adanya penerangan jalan yang baik, dapat meminimalisir tindak kriminal.

b) **Pembangunan Fasilitas-Fasilitas Penunjang Pasar Untuk Menarik Minat Para Pedagang Berjualan Dipasar Cangkring**

Terdapat banyak alasan yang menyebabkan para pedagang menolak untuk direlokasi. Salah satu diantaranya ialah kurang mendukungnya fasilitas pada Pasar Cangkring untuk dapat menarik minat pedagang berpindah kepasar Cangkring ialah dengan melengkapi fasilitas-fasilitas umum yang dibutuhkan pedagang seperti

adanya tempat parkir kendaraan, tempat pelayanan kesehatan dan tempat penyimpanan barang.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Pemindahan pasar tradisional Pangkalan Balai ke Pasar Cangkring yang awalnya bertujuan menyelesaikan berbagai macam permasalahan yang ada. Namun pemindahan pasar tersebut menimbulkan permasalahan-permasalahan baru. Oleh karena itu dibutuhkan suatu strategi relokasi pasar agar untuk meminimalisir permasalahan-permasalahan yang muncul.

Analisis swot dilakukan untuk menganalisis pemindahan Pasar Cangkring, sehingga ditemukan berbagai faktor dari Kekuatan yang mendukung dalam perpindahan pasar seperti adanya lahan yang lebih luas, visi misi yang mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan pelayanan terhadap masyarakat. Kelemahan yang ditemukan dalam perpindahan pasar yaitu adalah sulitnya aksesibilitas, belum tersedianya penerangan jalan serta drainase yang belum optimal. Peluang yang di temukan dalam perpindahan pasar ini mencakup beberapa poin yaitu, terbukanya peluang investasi, pasar Cangkring menjadi pusat perdagangan dan terbukanya lapangan pekerjaan. Ancaman dari Pasar Cangkring ini adalah berpotensi terjadinya tindakan kriminal, dan kenaikan harga komoditas. Dari faktor-faktor tersebut dihasilkan 8 strategi yang dapat diterapkan dalam Relokasi Pasar Pangkalan Balai. Adapun 8 strategi yang dirumuskan adalah Pembangunan infrastruktur unik sebagai daya tarik pasar, Pemanfaatan visi misi dalam menarik minat para investor, Pembangunan fasilitas-fasilitas pasar seperti penerangan jalan, perbaikan drainase dan penambahan jalan baru untuk akses keluar dan masuk pasar dari dana investor, Penciptaan lapangan pekerjaan baru dalam rangka perbaikan dan peningkatan fasilitas pasar, Sosialisasi kepada pedagang mengenai visi misi pasar, Pengadaan subsidi dalam rangka pemulihan ekonomi pedagang pasca relokasi, Pembangunan infrastruktur dengan fokus peningkatan keamanan pasar dan Pembangunan fasilitas-fasilitas penunjang pasar untuk menarik minat para pedagang berjualan dipasar Cangkring.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan agar:

1. Kepada Dinas Koperasi dan UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Kabupaten Banyuasin untuk terus melakukan sosialisasi kepada pedagang terhadap adanya relokasi pasar ke tempat yang baru agar tidak ada lagi keluhan dari pedagang. Selain itu, agar Dinas Koperindag dapat menyediakan fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan para pedagang dalam upaya meningkatkan rasa nyaman dalam beraktivitas.
2. Kepada Pedagang agar selalu mengikuti sosialisasi yang diadakan oleh Dinas Koperindag agar dapat melakukan *focus group discussion* (FGD) terkait apa saja yang dibutuhkan oleh pedagang agar dapat menjadi pertimbangan terhadap pemindahan pasar.
3. Kepada peneliti selanjutnya, perlu ada kajian lanjutan yang lebih mendalam, hal ini mengingat penelitian yang dilakukan dengan berbagai keterbatasan baik waktu maupun minimnya materi yang bersifat teori maupun data yang berhasil dikumpulkan. Oleh karena itu, maka dari penelitian ini perlu diusulkan tema penelitian lanjutan yang mengarah pada pemindahan Pasar tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeliana (2017) 'Studi Kasus Pasar Tradisional', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), pp. 1689–1699.
- Afrianti (2017) 'Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada PT.Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar', *Universitas Muhammadiyah Makassar*, (1), p. 43.
- Amrullah (2017) 'Strategi Relokasi Kawasan Pariwisata Daerah Banten Lama Kota Serang', *Universitas Sultan Ageng Tirtasaya*, 1.
- Arif Kisbiyanto (2013) *Dampak Sosial Ekonomi Keberadaan Pasar Modern Pada Pasar Tradisional (Studi Pada Pasar Kota Boyolali)*.
- Angkasawati, & Devi Milasari. (2021). Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung.
- Astiti, B (2016). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional di Kota Semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 5(1), 187–198.
- Akbar, M (2020). Implementasi Kebijakan Relokasi Pedagang Pasar Tradisional di Teluk Kuantan Singingi. 21(1), 1–9.
- Eva Yulianti. (2018). Pengaruh Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang.
- Istikhomah. (2016). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional yang Berorientasi pada Kepuasan Masyarakat di Surakarta. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 4(2), 227–234.
- Istiningtyas, D. A. (2008). Analisis Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Di Kota Bogor.
- Laksono, R. (2013). Analisis relokasi pedagang pasar ngarsopuro di kota surakarta.
- Lestari, R. P. (2019). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Baru Stabat). Skripsi,

- Lisabel, S (2019). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kasih Naikoten 1 Kecamatan Kota Raja Kota Kupang Pendahuluan. *Buletin Excellentia*, VIII(2).
- Putri, M (2015). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Blimbing Kota Malang. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 1, 1–8.
- Rochayatun, S (2018). Strategi Pengembangan Pasar Daerah Berbasis Komoditas Unggulan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 17(1), 35.
- Siregar, N. U. (2020). Strategi Relokasi Pasar Induk Cureh Di Kabupaten Bireuen.
- Suryadi. (2014). Strategi Pengembangan Pasar Segar Depok.
- Susanti, D (2014). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(1), 26280.
- Wahyudi, R. (2019). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*,
- yayan, hikmayani (2014). Strategi Pengembangan Pasar Bandeng (*Chanos-chanos sp*) Market Development Strategy of Milkfish (*Chanos-chanos sp*). 93–104.
- Istikhomah. (2016). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional yang Berorientasi pada Kepuasan Masyarakat di Surakarta. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 4(2), 227–234.
- Darmawan (2014). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Kerha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 2(1), 26280.
- Desa, M., Serai, P., & Perspektif, L. (2022). Pemenuhan persyaratan SNI *8152:2021 Pasar rakyat pada pasar kontemporer sarijadi*. 9(4), 1483–1490.
- Devi (2013) 'Pasar Umum Gubug Di Kabupaten Grobogan Dengan Pengolahan Tata Ruang Luar Dan Dalam Melalui Pendekatan Ideologi Fungsionalisme Utilitarian', *Universitas Atma Jaya. Yogyakarta*, (25), pp. 12–52.

- SNI-8152. (2015). Tentang Pasar Rakyat. 3–8.
- Fausih (2019) ‘Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Andi Tadda Kota Palopo)’, *Institut Agama Islam Negeri Palopo*, (2), pp. 1–13.
- Ghufron (2016) ‘Strategi Relokasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pembeli Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Bumi Daya Kecamatan Palas Kabupaten Lampung Selatan)’, 15(2), pp. 1–23.
- Haryati (2019) ‘Penerapan Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran pada BTN Syariah KCP Pare-pare’, *Skripsi* [Preprint].
- Lestari, R.P. (2019) ‘Strategi Relokasi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Baru Stabat)
- Nel Arianty (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* [Preprint].
- Pemkab Banyuasin (2021a) ‘Pembangunan Pasar Rakyat Cangkring Ditargetkan 3 Bulan Selesai’
- Pemkab Banyuasin (2021b) ‘Pembangunan Pasar Rakyat Cangkring Ditargetkan 3 Bulan Selesai’, pp. 20–21
- Rukhiyati, R. (2019) ‘Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Direlokasi ke Pasar Andong (Studi Pedagang Pasar Jetis Salatiga)’”.
- Rusham (2016) ‘Analisis Dampak Pertumbuhan Pasar Modern’, *Ilmiah Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan ‘Optimal’* [Preprint].
- Zein (2020) ‘Pasar Tradisional Balang Tonjong Antang Makassar Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin’, (3). Available at:
- Nurlela. (2018). Skripsi Strategi Relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) di Taman Sulikan Kabupaten Luwu Utara Disusun oleh: Nurlela Nomor

stambuk : 105610506514 JURUSAN ILMU ADMINISTRASI NEGARA.
Ilmu Administrasi Negara, Strategi Relokasi, 1–61.

Adawiyah, N. (2017). Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Relokasi ke Pasar Induk di Kota Medan (Studi Kasus Pasar Sutomo Medan). *BMC Public Health*, 5(1), 1–8.

Sugiono 2016 dalam Fakhri. (2021). Metode Penelitian Purposive Sampling. 2021, 32–41.

Achmad Ali Fikri, Syamsul Arifin, M. F. F. (2022). Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Peunayong Terhadap Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Pasar Al-Mahirah Kota Banda Aceh). *γ787*, 2(8.5.2017), 2003–2005.

Safitri, D. (2020). *Analisis Dampak Relokasi Pasar Tradisional Terhadap Pendapatan Pedagang Sebelum Dan Sesudah Relokasi Pasar (Studi Di Pasar Angso Duo)*.

Eva Yulianti. (2018). *Pengaruh Relokasi Pasar Terhadap Pendapatan Pedagang*. 5.

Regency, N. H., Regency, N. H., & Office, I. (2018). Dampak Kebijakan Relokasi Pasar Tradisional Rawajaya Di Wilayah Kota Tobelo Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Administrasi Publik*, 4(52).

Martin Sagu. (2017). *Pengelolaan pasar tradisional dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di kecamatan wewewa selatan kabupaten sumba barat daya provinsi NTT*. 1–14.

Pemkab Banyuasin. (2021). *Pembangunan Pasar Rakyat Cangkring Ditargetkan 3 Bulan Selesai*. <https://banyuasin.go.id/2021/10/pembangunan-pasar-rakyat-cangkring-ditargetkan-3-bulan-selesai/>

- Zamri, R. U. (2017). Strategi adaptasi pedagang pasar tradisional: Studi Pada Pedagang Pasar Cisalak Kota Depok. *Skripsi*. bit.ly/3ZdXdWV
- Laksono, R. (2013). *Analisis relokasi pedagang pasar ngarsopuro di kota surakarta*.
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). Impelemntasi kebijakan relokasi pedagang pasar tradisional di teluk kuantan kabupaten kuantan singingi 21(1), 1–9.
- Siregar, N. U. (2020). *Strategi Relokasi Pasar Induk Cureh Di Kabupaten Bireuen*.
- Winarno. (2013). Teknik Purposive Sampling, Definisi, Tujuan, dan Syarat. *SampoernaUniversity*, 1–14.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I Form Daftar Pertanyaan Wawancara

	FORMULIR WAWANCARA PENELITIAN FAKULTAS TEKNIK PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
Nama/NPM	Muhamad Iqbal / 2018280036
Judul	Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raya Kabupaten Banyuasin
Narasumber	Kepala Dinas Koperindag Kabupaten Banyuasin

Nama : _____
Alamat : _____
Pekerjaan : _____
Waktu Wawancara : _____

PERTANYAAN WAWANCARA

1. Apa alasan pembangunan pasar baru di Cangkring?
2. Mengapa memilih daerah tersebut sebagai lokasi pasar baru?
3. Berapa lama jangka pembangunan pasar Cangkring
4. Berapa jarak pasar baru ke jalan raya?
5. Bagaimana rencana pemerintah terkait angkutan umum di pasar baru?
6. Apakah ada tempat parkir?
 - jika ada, apakah ada pemisahan?
7. Bagaimana pembuatan saluran drainase?
8. Apakah jalan untuk keluar dan masuk dipisah?
 - Jika tidak dipisah ada berapa jalan untuk keluar masuk?
 - Jika dipisah ada berapa jalan keluar dan ada berapa jalan masuk?
9. Apakah jalan di pasar baru di aspal atau tidak?
10. Berapa lebar jalan di pasar baru?

	FORMULIR WAWANCARA PENELITIAN FAKULTAS TEKNIK PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
Nama/NPM	Muhamad Iqbal / 2018280036
Judul	Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye Kabupaten Banyuasin
Narasumber	Pedagang Pasar Tradisional Pangkalan Balai

Nama : _____
 Alamat : _____
 Pekerjaan : _____
 Waktu Wawancara : _____

PERTANYAAN WAWANCARA

- 1) Bagaimana pendapat Anda mengenai lokasi pasar baru Cangkring ?
- 2) Bagaimana menurut Anda mengenai jarak dan kemudahan akses pada pasar baru Cangkring ?
- 3) Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi sarana di pasar baru Cangkring seperti tempat ibadah ?
- 4) Bagaimana pendapat Anda mengenai kondisi prasarana di pasar baru Cangkring seperti jalan, drainase, dan tempat parkir ?
- 5) Apakah menurut Anda pasar baru Cangkring dapat mengatasi kepadatan dan kemacetan yang terjadi di pasar lama ?
- 6) Bagaimana menurut Anda mengenai varian produk yang akan dijual di Pasar baru Cangkring?
- 7) Bagaimana menurut Anda apabila Pasar Pangkalan Balai di pindahkan ke Pasar Cangkring ?
- 8) Bagaimana menurut Anda mengenai tingkat daya beli masyarakat apabila pasar Pangkalan Balai dipindahkan ke Pasar Cangkring ?

	FORMULIR WAWANCARA PENELITIAN FAKULTAS TEKNIK PROGRAM STUDI PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
Nama/NPM	Muhamad Iqbal / 2018280036
Judul	Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai Ke Pasar Baru Cangkring Di Kedondong Raye Kabupaten Banyuasin
Narasumber	Pengelola Pasar Tradisional Pangkalan Balai

Nama : _____

Alamat : _____

Pekerjaan : _____

Waktu Wawancara : _____

PERTANYAAN WAWANCARA

- 1) Berapa luas area pasar baru?
- 2) Apakah area pasar baru akan dibagi menjadi los dan kios?
 - Berapa jumlah los dan kios?
 - Berapa luas los dan kios ?
- 3) Apakah ada area khusus untuk bongkar muat barang?
Jika ada apakah area tersebut dipisah dengan tempat parkir?
- 4) Bagaimana ketersediaan listrik di pasar baru Apakah setiap los dan kios memiliki akses listrik?
- Jika ada, bagaimana pembayaran ?
- 5) Berapa lebar lorong di dalam bangunan pasar ?
- 6) Berapa jumlah pedagang yang ada di pasar tradisional Pangkalan Balai ?
- 7) Kendala apa yang dihadapi dalam mengelola pasar tradisional Pangkalan Balai ?
- 8) Apa saja usaha pengelola pasar untuk lebih meningkatkan perekonomian pasar tradisional Pangkalan Balai ?

LAMPIRAN II Dokumentasi Kegiatan





LAMPIRAN III From Bimbingan Sebelum Sempro

	FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI FAKULTAS TEKNIK FM-PM-09.3/09-01/R0
---	--

Program Studi : Perencanaan Wilayah & Kota
 Konsentrasi : Strategi Pengembangan Pasar
 Nama : Muhamad Iqbal
 NPM : 2018280036
 Judul : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Pangkalan Balai
 Pembimbing : 1. Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc
 2. Zenal Mutaqin S.T.,M.Si

No	TANGGAL KONSULTASI	MATERI	Tanda Tangan Pembimbing
1	10-03-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan latar belakang 2. Rumusan masalah 3. Tujuan 4. Ruang lingkup wilayah 5. Sasaran penelitian 6. Ruang lingkup materi	
2	16-03-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan latar belakang 2. Perbaikan rumusan masalah 3. Perbaikan sasaran penelitian	
3	7-04-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan Latar belakang 2. Perbaikan Rumusan masalah 3. Perbaikan ruang lingkup materi 4. Perbaikan peta	
4	14-04-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan latar belakang 2. Perbaikan sasaran penelitian 3. Perbaikan penelitian terdahulu 4. Perbaikan peta	
5	22-04-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan latar belakang 2. Perbaikan kutipan 3. Perbaikan kerangka berpikir	
6	24-04-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan susunan latar belakang 2. Perbaikan variabel penelitian 3. Perbaikan kutipan	
7	09-06-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan latar belakang 2. Perbaikan sasaran penelitian	
8	07-07-2022 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	1. perubahan judul	

9	8-07-2022 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	1. perbaikan kerangka berpikir 2. perbaikan variabel penelitian	
10	9-07-2022 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	1. perbaikan latar belakang 2. perbaikan sasaran penelitian	
11	10-07-2022 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	1. perbaikan kerangka berpikir 2. perbaikan latar belakang 3. perbaikan ruang lingkup	
12	12-07-2022 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	1. perbaikan peta 2. perbaikan variabel penelitian 3. perbaikan sumber	
13	14-07-2022 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	1. perbaikan metode analisis 2. perbaikan ruang lingkup materi 3. perbaikan rumusan masalah	
14	16-07-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.I.L.,M.Sc)	1. Perubahan judul penelitian	
15	18-07-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.I.L.,M.Sc)	1. perbaikan latar belakang 2. perbaikan sasaran penelitian 3. perbaikan tujuan penelitian	
16	19-07-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.I.L.,M.Sc)	1. perbaikan latar belakang 2. perbaikan rumusan masalah 3. perbaikan tujuan 4. perbaikan sumber kajian literatur 5. perbaikan metode penelitian 6. perbaikan populasi dan sampel	
17	27-07-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.I.L.,M.Sc)	1. perbaikan kutipan 2. perbaikan kebutuhan data 3. perbaikan sampel	
18	1-08-2022 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.I.L.,M.Sc)	Acc	
19	2-08-2022 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	Acc	

LAMPIRAN IV Form Bimbingan Sesudah Sempro

	FORMULIR BIMBINGAN SKRIPSI FAKULTAS TEKNIK FM-PM-09.3/09-01/R0
---	--

Program Studi : Perencanaan Wilayah & Kota
 Konsentrasi : Strategi Relokasi Pasar
 Nama : Muhamad Iqbal
 NPM : 2018280036
 Judul : Strategi Relokasi Pasar Tradisional Pangkalan Balai
 Kabupaten Banyuasin
 Pembimbing : 1. Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc
 2. Zenal Mutaqin S.T.,M.Si

No	TANGGAL KONSULTASI	MATERI	TandaTangan Pembimbing
1	05-01-2023 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan penelitian terdahulu 2. Lengkapi gambaran umum wilayah 3. Perbaikan peta	
2	24-01-2023 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perubahan judul skripsi menjadi strategi relokasi pasar	
3	24-01-2023 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	1. Perubahan judul skripsi menjadi strategi relokasi pasar 2. Perbaikan sasaran penelitian 3. Perbaikan rumusan masalah	
3	31-01-2023 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	1. Perbaikan kerangka berpikir 2. Perbaikan variabel penelitian	
3	02-02-2023 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan latar belakang 2. Perbaikan rumusan masalah 3. Perbaikan bab II 4. Perbaikan bab V	
4	09-02-2023 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.IL.,M.Sc)	1. Perbaikan permasalahan latar belakang 2. Perbaikan sasaran penelitian	

		3. Perbaiki kerangka pemikiran	
5	13-02-2023 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.I.L.,M.Sc)	1. Perbaiki bab V pembahasan, perbaiki gambar, perbaiki peta 2. Perbaiki penulisan 3. Perbaiki Matriks SWOT	
6	24-02-2023 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.I.L.,M.Sc)	1. Melengkapi daftar tabel, halaman pengesahan, daftar gambar, daftar pustaka dan lampiran	
7	01-03-2023 (Herda Sabriyah Dara Kospa, M.I.L.,M.Sc)	ACC Sidang Akhir	
8	08-03-2023 (Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	ACC Sidang Akhir	

LAMPIRAN V From Bimbingan Setelah Semhas

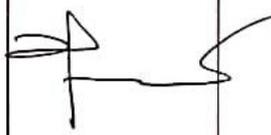
Lampiran 4 : From Bimbingan Setelah Semhas

Dosen Penguji

Dosen Penguji I : Zenal Mutaqin, S.T., M.Si

Dosen Penguji II : Dr.Endy Agustian,S.T.,M.Eng

Dosen Penguji III : Hala Haidir,S.T.,M.P.W.K

No	TANGGAL KONSULTASI	MATERI	TandaTangan Pembimbing
1	12-04-2023 (Dr.Endy Agustian,S.T.,M.Eng)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Judul ditambahkan kalimat yang pas terhadap lokasi penelitian 2. Rumusan masalah di tambahkan darimasalah yang ada 3. Sasaran Penelitian disingkronkan dengan hasil pembahasan 4. Perbaiki spasi dalam tabel penelitian terdahulu 5. Tinjauan pustaka menghapus teorianalisis SWOT 6. Menambahkan teori strategi relokasipasar tradisional 7. Mengubah kalimat pendekatanpenelitian 8. Mengatur spasi pertanyaanpenelitian 9. Mengubah kalimat instrumenpenelitian 10. Menambahkan teknik analisis SWOT 11. Menyingkron pembahasan dengansasaran penelitian 12. Spasi kutipan dalam wawancara 13. Perbaiki bingkai foto penelitian 14. Menyingkronkan peta dengan legenda 	
2	13-04-2023 (Hala Haidir,S.T.,M.P.W.K)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaiki penulisan kalimat 2. Perbaiki font pada penelitian terdahulu 3. Menambahkan data responden 4. Spasi pertanyaan wawancara 5. Jadwal penelitian tidak usah dimasukkan 	
		<ol style="list-style-type: none"> 6. Perbaiki penulisan 7. Perbaiki sumber data 8. Perbaiki penomoran sub bab 	
3	(Zenal Mutaqin S.T.,M.Si)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hapus tanda symbol di bab 1 2. Menyesuaikan penebalan kata 3. Menghapus tanda symbol di bab 2 4. Menambahkan data responden 5. Pisahkan gambar dengan peta di bab 5 	

LAMPIRAN VI Surat Izin Instansi dan Survei Lapangan



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUASIN
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Komplek Perkantoran Jl. Ishak Usman Nomor 26 Pangkalan Balai Provinsi
Sumatera Selatan Telp : (0711) 7690024 Fax (0711) 7690069
Kode Pos 30753

Pangkalan Balai, 21. November 2022

Nomor : 070/154 /Kesbangpol/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : --
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.

Kepala Dinas Perdagangan, Koperasi
Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian
& Perdagangan Kabupaten Banyuasin

di

Tempat

Sehubungan dengan Surat dari Dekan Fakultas Teknik Universitas Indo Global
Mandiri Palembang Nomor : 760/T/PI/XI/2022 tanggal 18 November 2022, perihal seperti
tersebut di atas, dengan ini diberitahukan kepada Saudara bahwa :

N a m a : Muhamad Iqbal
N P M : 2018280036
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota

Diberikan izin/fasilitasi untuk mengadakan penelitian secara langsung dalam rangka
mencari dan mengambil data di wilayah Saudara sebagai bahan penyelesaian Skripsi
dengan judul " *Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Pangkalan Balai di
Kabupaten Banyuasin* ".

Lama Penelitian : terhitung mulai tanggal 22 November s/d 22 Januari 2022
dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu melapor kepada Kepala Dinas
Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, Perindustrian & Perdagangan
Kabupaten Banyuasin.
2. Di dalam melakukan Penelitian, Peneliti tidak dibenarkan melakukan Penelitian yang
tidak sesuai/tidak ada hubungannya dengan Penelitian.
3. Dalam melakukan Penelitian harus menaati ketentuan Perundang-undangan dan adat
istiadat dan ketentuan lain di lingkungan Dinas Perdagangan, Koperasi Usaha Kecil dan
Menengah, Perindustrian & Perdagangan Kabupaten Banyuasin.
4. Apabila izin Penelitian telah habis masa berlakunya, sedangkan pelaksanaan Penelitian
belum selesai, maka harus diajukan kembali perpanjangan izin kepada Bupati Banyuasin
melalui Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Banyuasin.
5. Setelah selesai kegiatan Penelitian diwajibkan menyerahkan Laporan hasil Penelitian
kepada Bupati Banyuasin melalui Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten
Banyuasin.
6. Surat izin Penelitian ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata
peneliti tidak mentaati/mengindahkan ketentuan-ketentuan tersebut pada angka 1 s.d.
5 di atas.
7. Mematuhi Protokol Kesehatan dalam rangka pencegahan COVID-19 di lokasi penelitian.

Demikian untuk dimaklumi dan dipergunakan seperlunya.

a.n. KEPALA BADAN
KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN BANYUASIN
SEKRETARIS,



Drs. ERMAN TAUFIK, MM
PEMBINA (IV.a)
NIP. 19730206 199303 1 004

Tembusan Yth :

1. Bupati Banyuasin di Pangkalan Balai (Sebagai Laporan)
2. Sdr. Muhamad Iqbal di tempat



UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS TEKNIK

Jalan Jenderal Sudirman No. 629 Palembang 30113
Telp: 0711-322705,322706 Fax: 0711-357754

FAKULTAS TEKNIK

Website : www.uigm.ac.id

E-mail : info@uigm.ac.id

Nomor : 760/T/PI/XI/2022 Palembang, 18 November 2022
Lampiran : -
Prihal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

1. Kepala Dinas KOPERINDAG Banyuasin III, Pengelola Pasar
2. Dinas PMPTSP Banyuasin III
3. Kesbangpol Banyuasin III

Di

Tempat

Dengan hormat,

Disampaikan bahwa untuk keperluan pengambilan data dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan izin Penelitian bagi mahasiswa Fakultas Teknik:

Nama : Muhamad Iqbal
NPM : 2018280036
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : 17 November 2022 – 17 Januari 2023
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Pangkalan Balai di Kabupaten Banyuasin

Adapun data yang diperlukan terlampir.

Demikian surat izin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Dekan,
FAKULTAS TEKNIK

Anta Sastika, ST., MT
NIDN : 0214047401

Tembusan :

1. Wakil Rektor I Universitas Indo Global Mandiri
2. Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota

Lampiran Surat Dekan Fakultas Teknik UIGM
Nomor : 760/T/PI/XI/2022
Perihal : Permohonan Izin Penelitian
Tanggal : 18 November 2022

No	Kebutuhan Data
1	Jarak Pasar ke Jalan Raya
2	Ketersediaan Angkutan Umum : - Ojek - Angkot
3	Ketersediaan Tempat Parkir : - Parkir Mobil - Parkir Motor
4	Pelayanan Kebersihan : - Alat Angkut Sampah 1x24 jam - Ketersediaan Tempat Pembuangan Sampah Sementara
5	Drainase : - Ditungkasi - Tidak ada bangunan di atas drainase
6	Jalan : - Luas Jalan - Jenis Jalan (Aspal/tidak aspal) - Jumlah Jalan Keluar dan Masuk Kendaraan
7	Ketersediaan Area Bongkar Muat Barang
8	Aksesibilitas
9	Jumlah Pedagang Berdasarkan Kriteria
10	Luasan Pasar Pangkalan Balai dan Cangkring
11	Perda terkait Pengembangan Pasar di lokasi baru
12	Peningkatan Ekonomi Wilayah
13	Biaya Transport