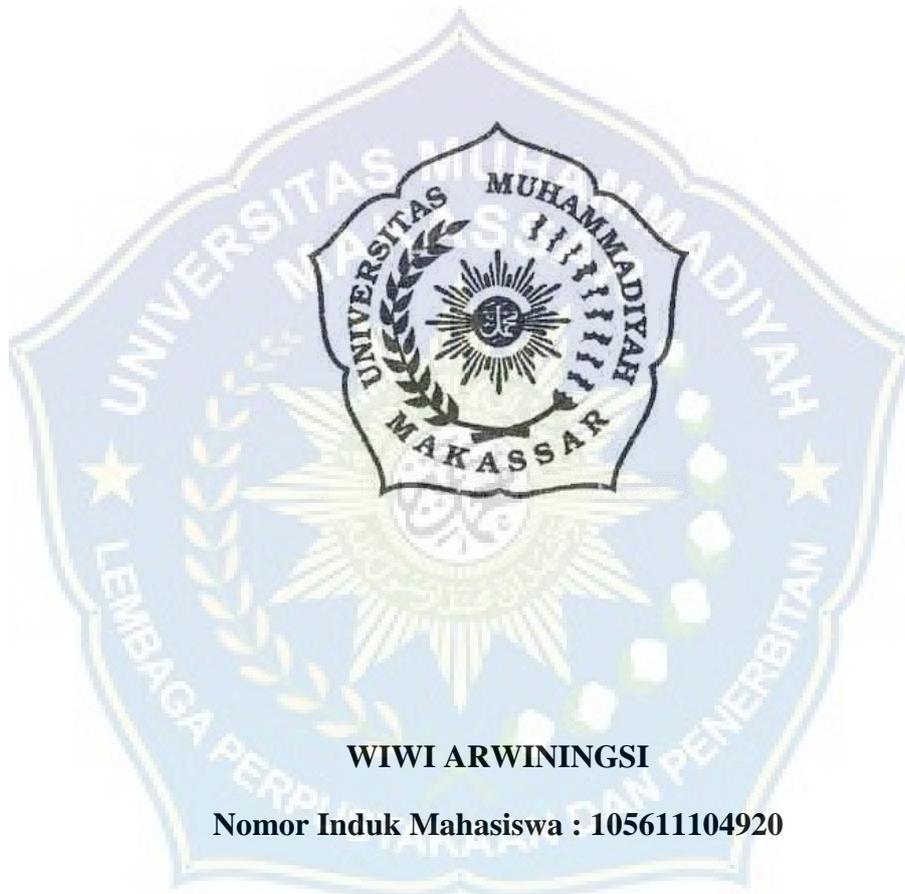


**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL  
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PEDAGANG  
( STUDI: PASAR SENTRAL MALINO KECAMATAN  
TINGGIMONCONG KABUPATEN GOWA )**



**WIWI ARWININGSI**

**Nomor Induk Mahasiswa : 105611104920**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PRODI ILMU ADMINISTRASI NEGARA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL  
DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PEDAGANG  
( STUDI: PASAR SENTRAL MALINO KECAMATAN  
TINGGIMONCONG KABUPATEN GOWA )**

Skripsi

Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu

Administrasi Negara (S.AP)

Disusun dan Diajukan Oleh:

WIWI ARWININGSI

NIM : 105641104920

Kepada

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NEGARA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**2024**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang  
(Studi: Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa)

Nama Mahasiswa : Wiwi Arwiningsi

Nomor Induk Mahasiswa : 105611104920

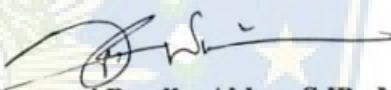
Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Nurvanti Mustari, S.IP., M.Si

  
Muhammad Randhy Akbar, S.IP., M.Si

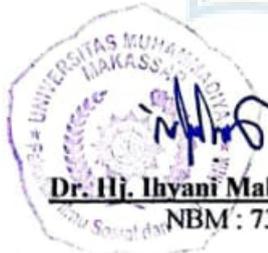
Mengetahui:

Dekan

Ketua Program Studi

Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik

Ilmu Administrasi Negara



  
Dr. Nur Wahid, S.Sos., M.Si

NBM : 991742

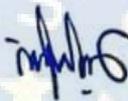
## HALAMAN PENERIMAAN TIM

Telah diterima oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 0270/FSP/A.4-II/V/45/2024 sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Negara yang dilaksanakan di Makassar pada hari Kamis, tanggal 30 Mei 2024.

Mengetahui:

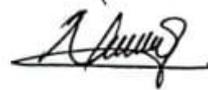
Ketua

Sekretaris

  
Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si  
NBM : 730727

  
Dr. Andi Luhur Prianto, S.IP., M.Si  
NBM : 992797

Tim Penguji

1. Drs. Ansyari Mone M,Pd (  )
2. Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.Si (  )
3. Dr. Hafiz Elfiansya Parawu, M, Si (  )
4. Nurbiah Tahir, S. Sos., M.AP (  )

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Wiwi Arwiningsi

Nomor Induk Mahasiwa : 105611104920

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Menyatakan bahwa benar Skripsi penelitian ini adalah karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari sumber lain. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 01 Januari 2024

Yang Menyatakan,



Wiwi Arwiningsi

## ABSTRAK

### **WIWI ARWININGSI.Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (studi: Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggioncong Kabupaten Gowa) (Dibimbing oleh Nuryanti Mustari dan Randhy akbar)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Pasar Sentral Malino untuk meningkatkan kepuasan pedagang serta apa saja faktor-faktor yang menjadi mempengaruhi pengembangan tersebut. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif, sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keadaan pasar saat ini termasuk tata letak, bangunan area parkir dan fasilitas lainnya masih perlu dibenahi. Akan tetapi, belum adanya anggaran dari pemerintah untuk malakukan penataan, sehingga hal itu yang menjadi faktor penghambat dalam penataan Pasar Sentral Malino. Selain itu, Pasar Sentral Malino memiliki peran penting dalam pengembangan produk lokal dan ciri khas Malino. Pengembangan produk lokal berfokus pada pengembangan produk khas tentang dan dodol. Dinas Perindustrian Dan Perdagangan memberikan perhatian khusus pada peningkatan kualitas produk agar produk khas Malino semakin banyak digemari oleh masyarakat. Tidak hanya pengembangan produk, pemasaran dan promosi yang disarankan oleh Dinas Perindustrian Dan Perdagangan memiliki peran penting dalam pemasaran dan promosi sebagai salah satu ikon perdagangan. Mereka menyarankan kepada para pedagang untuk memanfaatkan teknologi dalam pemasaran dan promosi. Selain itu, proses persaingan para pedagang lebih memfokuskan pada kualitas produk serta pelayanan.

Penggunaan teknologi Pasar Sentral Malino sudah diterapkan. Beberapa pedagang sudah menggunakan pembayaran atau pemasaran menggunakan teknologi digital. Akan tetapi, beberapa pedagang masih belum menggunakan teknologi dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan keterbatasan ekonomi. Dan untuk kebersihan dan keamanan saat ini masih belum optimal masih banyaknya sampah diarea Pasar Sentral Malino. Hal itu dikarenakan terlambatnya pengelolaan sampah oleh koordinator kebersihan pasar. Secara keseluruhan, upaya sedang dilakukan untuk mengembangkan Pasar Sentral Malino, baik dalam hal infrastruktur fisik maupun penerapan teknologi, dengan tujuan memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi pengunjung dan pedagang.

**Kata kunci : Strategi,pengembangan,kepuasan**

## KATA PENGANTAR

الرحيم الرحمن الله بسم

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi: Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa).”

Skripsi ini merupakan tugas akhir yang penulis ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana di Jurusan Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Ucapan terima kasih pertama-tama penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan dukungan, semangat, serta doa-doa yang tiada hentinya diberikan kepada penulis agar selalu diberikan kemudahan dan kelancaran untuk segala urusannya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan perjuangannya. semoga Ayahanda **Marzuki** dan Ibunda **Nurhayati** senantiasa dirahmati oleh Allah SWT. Banyaknya rintangan dan tantangan yang penulis hadapi untuk menyelesaikan skripsi ini dan menyadari bahwa ini tidak ada terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang selalu mengarahkan penulis untuk mencapai dan memperoleh kebenaran untuk menyelesaikan skripsi ini. Izinkan penulis untuk memberikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada

penulis dalam menyusun skripsi ini, maka dari penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dengan penuh hormat penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada ibu Dr. Nuryanti mustari, S.IP,.M.Si selaku pembimbing I dan bapak Muhammad Randhy Akbar, S.IP,.M.Si selaku pembimbing II penulis, yang penuh kebesaran dan kesabaran hati telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan.
2. Ucapan terima kasih tak lupa penulis ucapkan kepada Ibu Dr. Hj.Ihyani Malik, S.Sos.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Dr. Nur Wahid, S. Sos., M. Si selaku Ketua Prodi Ilmu Administrasi Negara dan juga Ibu Nurbiah Tahir, S.Sos., M.AP selaku Sekertaris Prodi Ilmu Administrasi Negara
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang banyak membantu memberika solusi, serta berbagi ilmunya kepada penulis.
5. Para pihak Kantor Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gowa, pihak pengelola Pasar Sentral Malino yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
6. Saudara dan orang spesial saya Wawan Dermawan, Aswin Aswandi, Akmal Amanda yang selalu memberikan dukungan moral dan tenaga dalam mengerjakan skripsi ini.

7. Seluruh teman-teman IAN B20 yang senantiasa kebersamai dimasa-masa perkuliahan, yang selalu memberikan cerita dan berbagai pengalamannya.
8. Dan terakhir terima kasih untuk diri saya sendiri, terima kasih atas segala kerja kerasnya dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi penulis ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Wassalamu Alaikum Warahamatullahi Wabarakatuh.

Makassar, 3 Mei 2024

Penulis,

Wiji Arwiningsi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENERIMAAN TIM</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	12
B. Konsep dan Teori.....	14
1. Konsep Strategi dan Pengembangan Pasar Tradisional .....	14
2. Jenis - Jenis Hambatan Peningkatan Kepuasan Pedagang.....	19
3. Teori Dalam Pengembangan Pasar Tradisional .....	21
C. Kerangka pikir .....	27

D. Fokus Penelitian .....	28
E. Deskripsi Fokus .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Waktu dan Tempat .....	32
B. Jenis dan Tipe Penelitian .....	32
C. Sumber Data .....	33
D. Informan .....	34
E. Teknik Pengumpulan data .....	35
F. Teknik Analisis Data.....	36
G. Teknik Pengabsahan Data.....	37
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
A. Deskripsi Singkat Pasar Sentral Malino .....	39
B. Hasil Penelitian.....	45
C. Martriks SWOT .....	62
D. Pembahasan .....	66
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>84</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1	Informan Penelitian .....	34
Tabel 4.1	Diagram Matriks .....	65



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka fikir.....	28
------------	---------------------	----



## DAFTAR LAMPIAN

Lampiran 1	Surat Izin Penelitian.....	85
Lampiran 2	Surat Keterangan Penelitian.....	86
Lampiran 3	Rencana Usul Judul .....	87
Lampiran 4	SK Ujjang Tutup.....	88
Lampiran 5	Surat Keterangan Bebas Plagiat.....	91
Lampiran 6	Hasil Turnitin.....	92
Lampiran 7	Dokumentasi.....	97



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Cita-cita suatu bangsa adalah membangun masyarakat yang adil dan makmur. Untuk mencapai cita-cita tersebut, perlu dilakukan pengembangan. Pemerintah bertujuan untuk meningkatkan konsumsi melalui pembangunan secara bertahap dan berkelanjutan memperluas kesejahteraan masyarakat. Karena meningkatkan konsumsi masyarakat sangat bergantung pada peningkatan pendapatan dan peningkatan pendapatan sangat bergantung pada peningkatan produksi, maka seluruh anggota masyarakat perlu berpartisipasi dalam proses pendapatan ekonomi. Secara teori, jika semua orang berpartisipasi dalam produksi, semua orang harus menikmati proses tersebut. Dengan demikian, kita akan mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur yang kita cita-citakan. Dengan memanfaatkan pengetahuan yang berasal dari perilaku, tujuan pengembangan organisasi yaitu mengintegrasikan kebutuhan individu untuk pertumbuhan dan pengembangan dengan tujuan organisasi agar organisasi lebih efektif. (Lestari, 2019)

Kalimat yang berkaitan dengan rencana pengembangan seringkali tidak di pertimbangkan secara serius ketika memeriksa hasil kerja. Pemeriksaan hanya berfokus pada penerapan pengendalian dan tidak pernah pada jumlah yang dapat di capai dari implikasi strategis kegiatan tersebut. Ini sama halnya dengan petani yang di beritahu kualitas produknya. Oleh karena itu, jika konsumen tidak memperhatikan kualitas kualitas produk petani,

seringkali petani mengabaikannya padahal mereka sudah diajarkan tentang kualitas produknya. Jika sikap pengawasan pembangunan tetap seperti itu, maka kita tidak bisa berharap banyak kepada perencanaan pembangunan yang menggunakan data-data statistik sebagai landasan perencanaan pengembangan tersebut.

Pasar tradisional merupakan proses jual beli yang dilakukan secara offline atau secara langsung saat melakukan transaksi. Pasar menurut kajian ekonomi adalah suatu tempat atau proses interaksi antara permintaan (pembeli) dan penawaran (penjual) dari suatu barang/jasa tertentu, sehingga akhirnya dapat menetapkan harga keseimbangan (harga pasar) dan jumlah yang diperdagangkan. (Belshaw, 2007)

Istilah Pasar Tradisional sendiri adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh pemerintah atau swasta yang berbentuk los, toko, ataupun kios. Sedangkan pasar modern merupakan jenis pasar yang jenis pengelolaannya dilakukan secara modern, terpadu serta menyediakan fasilitas pasar yang cukup mempermudah konsumen berbelanja. Pada dasarnya, pengertian pasar tidak menunjuk ke sebuah lokasi ataupun tempat-tempat tertentu, hal ini dikarenakan pasar tidak memiliki batas geografis. Dengan adanya sistem jaringan komunikasi modern dapat meniadakan batasan-batas geografis, sehingga dapat memungkinkan penjual dan pembeli berinteraksi tanpa harus saling bertatap muka secara langsung.

Dalam kehidupan sehari-hari, keberadaan pasar sangatlah penting. Hal ini dikarenakan apabila ada kebutuhan yang tidak dapat dihasilkan sendiri,

maka kebutuhan tersebut dapat diperoleh di pasar. Para konsumen dan para pembeli datang ke pasar untuk memenuhi kebutuhannya dengan membawa sejumlah uang guna membayar harga yang sudah ditentukan oleh penjual.

Pasar adalah salah satu dari berbagai sistem, institusi, prosedur, hubungan sosial dan infrastruktur dimana usaha menjual barang, jasa dan tenaga kerja untuk orang-orang dan imbalan uang. Barang dan jasa di jual menggunakan alat pembayaran yang sah yaitu uang. Pasar bervariasi dalam ukuran, jangkauan, skala geografis, lokasi jenis dan berbagai komunitas manusia, serta jenis barang dan jasa yang diperdagangkan. (Belshaw, 2007)

Pengertian pasar setiap tahunnya telah berubah dan memperoleh banyak pengertian. Hal ini dibuktikan oleh beberapa ilmuwan yang memiliki pendapat mereka masing-masing mengenai arti pasar. Menurut J. Stanton berpendapat bahwa pengertian pasar adalah sekumpulan orang yang memiliki keinginan untuk puas, uang yang digunakan untuk berbelanja, serta memiliki kemauan untuk membelanjakan uang tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong bahwa pasar merupakan seperangkat pembeli aktual dan juga potensial dari suatu produk atau jasa. Ukuran dari pasar itu sendiri tergantung dengan jumlah orang yang menunjukkan tentang kebutuhan mempunyai kemampuan dalam bertransaksi. Banyak pemasaran yang memandang bahwa penjual dan pembeli sebagai sebuah pasar, dimana penjual tersebut akan mengirimkan produk serta jasa yang mereka produksi dan juga guna menyampaikan atau mengkomunikasikan kepada pasar. Sebagai gantinya, mereka akan mendapatkan uang dan informasi dari pasar tersebut. (Belshaw, 2007)

Peraturan Daerah Kabupaten Gowa Nomor 06 Tahun 2016 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern yang mengatur dasar perencanaan dan penyelenggaraan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern serta hubungan keruangan di antara ketiganya dan daerah layanannya. Peraturan tersebut menjadi penting mengingat desakan atau keinginan mengembangkan kawasan pasar. Tiga hal penting dalam peraturan tersebut adalah definisi dan tolak ukur masing masing prasarana perdagangan tersebut: Pasar adalah area tempat jual barang dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik yang disebut sebagai pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya.

Berdasarkan pernyataan dari perdagangan tersebut, jelas terjadi pelanggaran ketentuan dalam Perda Kabupaten Gowa Nomor 06 Tahun 2016, sebut salah satunya menyatakan dengan tegas bahwa setiap pedagang dilarang untuk menyewakan, memindah tangankan, mengalih fungsikan tempat dasaran kepada pihak lain tanpa persetujuan pengelola pasar. Namun terlepas dari berbagai permasalahan yang ada, para pedagang cukup senang saat Pemerintah Kabupaten Gowa memperhatikan kesejahteraan pasar maupun pedagang. Faktanya masih terdapat para pedagang yang tidak tertib mengenai penertiban administrasi. Pemerintah Kabupaten Gowa dan pihak yang terkait untuk lebih sering melakukan pengecekan secara administrasi dan para pedagang yang masih kurang tertib agar selalu diberikan edukasi akan pentingnya tertib dalam kegiatan di pasar dan ketertiban tidak akan tercipta

jika minimnya kesadaran dan kerjasama dari pihak-pihak yang terlibat. (Latifah & Amir, 2022)

Pasar Tradisional merupakan pasar yang dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, BUMN dan BUMD, termasuk kerjasama dengan swasta dengan toko usaha berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki oleh pedagang kecil dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar. Pusat pembelanjaan merupakan suatu area tertentu yang terdiri dari satu atau beberapa bangunan yang didirikan secara vertikal maupun horizontal. Toko modern merupakan toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk minimarket, super market, department store, hypermarket ataupun grosir. (Nugroho & Nurcahyanto, 2016)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Pedagang adalah seseorang yang pekerjaannya adalah berdagang. Sedangkan menurut kamus ekonomi pedagang adalah seseorang atau lembaga yang membeli dan menjual barang kembali tanpa mengubah bentuk dan tanggung jawab sendiri dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perdagangan pada prinsipnya adalah pertukaran suatu komoditas dengan komoditas lain yang berbeda atau komoditas satu dengan alat tukar berupa uang. (M. Ismail Yusanto, 2016)

Pedagangan pasar merupakan orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan jual beli barang dan jasa yang menggunakan pasar sebagai tempat untuk berkegiatan. Kepuasan pedagang merupakan respon pedagang terhadap evaluasi ketidaksesuaian atas kinerja maupun pelayanan

yang dilakukan oleh pengelola pasar. Selain itu, peran pedagang yaitu menyediakan kebutuhan hidup masyarakat sehingga dengan adanya pedagang maka konsumen akan lebih mudah memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Sedangkan peran konsumen yaitu konsumen yang memerlukan barang-barang tersebut agar kebutuhan sehari-hari bisa terpenuhi dengan adanya produsen.

Pasar Sentral Malino memiliki sistem administrasi yang efisien dan terorganisir untuk mengelola operasional harian dan memastikan kelancaran berbagai kegiatan di dalamnya. Dengan struktur administrasi yang baik, Pasar Sentral Malino dapat memberikan pelayanan yang optimal kepada para pedagang, pengunjung, dan pihak terkait lainnya.

Tim administrasi Pasar Sentral Malino terdiri dari staf yang berpengalaman dalam mengelola administrasi umum, keuangan, perizinan, serta koordinasi dengan pihak terkait. Mereka memiliki pengetahuan yang mendalam tentang regulasi dan kebijakan terkait operasional pasar, sehingga mampu menjalankan tugas-tugas administratif dengan profesionalisme dan ketelitian. Dalam menjalankan tugasnya, tim administrasi Pasar Sentral Malino menggunakan sistem komputerisasi dan teknologi informasi modern untuk mempermudah pengelolaan data, pembayaran, serta pelaporan. Hal ini membantu meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan akurasi dalam pengolahan informasi serta memberikan layanan yang responsif kepada para pihak terkait.

Selain itu, tim administrasi juga berperan dalam mengelola perizinan dan regulasi yang berkaitan dengan pedagang serta kegiatan di Pasar Sentral Malino. Mereka bekerja sama dengan instansi terkait untuk memastikan

kepatuhan terhadap peraturan serta menjaga ketertiban dan keamanan didalam pasar. Dengan adanya administrasi yang terorganisir dan efisien, Pasar Sentral Malino dapat berfungsi sebagai pusat perdagangan yang dinamis dan ramah bagi pedagang serta pengunjung. Melalui upaya administrasi yang baik, Pasar Sentral Malino terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanan, memfasilitasi pertumbuhan ekonomi lokal, dan memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan bagi semua pihak yang berinteraksi dengan pasar ini.

Untuk saat ini, Pasar Sentral Malino memiliki banyak keluhan dari pedagang, salah satu keluhannya yaitu banyaknya kompetitor yang datang sehingga semakin banyaknya pesaing bagi pedagang pasar dikota Malino. Pedagang juga mengeluhkan maraknya pertumbuhan toko modern yang lebih menawarkan fasilitas yang menarik kepada Masyarakat. Kehadiran pasar retail modern memang memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keberlangsungan pasar tradisional. Meskipun demikian argumen yang mengatakan bahwa kehadiran pasar retail modern merupakan penyebab utama tersingkirnya pasar tradisional tidak sepenuhnya benar. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar yang sangat minim, pasar sebagai sapi perah untuk penerimaan retribusi, menjamurnya pedagang kaki lima (PKL) yang mengurangi pelanggan pedagang pasar, dan minimnya bantuan permodalan yang tersedia bagi pedagang tradisional keadaan ini secara tidak langsung menguntungkan retail modern. Demikian halnya dengan Pasar Sentral Malino, Pasar yang pada awal keberadaannya sempat menjadi primadona bagi masyarakat Kabupaten Gowa

kini mulai tergeser ekstensinya. Ada beberapa faktor penyebab masyarakat lebih memilih berbelanja di supermarket dibandingkan dengan berbelanja di Pasar Sentral Malino diantaranya karena dengan berbelanja di supermarket terkesan lebih menarik dan pengunjung lebih leluasa dalam memilih dan berbelanja karena penataannya yang teratur, tidak desak-desakan dan lokasinya cenderung lebih luas. Penataan supermarket lebih lengkap, baik dari segi fasilitas umum, lokasi parkir, maupun dari segi zonasi cukup baik untuk di jangkau.

Selain banyaknya kompetitor, keluhan pedagang juga disebabkan karena banyaknya pedagang yang tidak memiliki tempat berdagang. Banyaknya pedagang yang kehilangan tempat berdagang dikarenakan tidak adanya tempat menetap bagi para pedagang tikar maupun lapakan. Lain halnya dengan pedagang yang berjualan di kios-kios, pedagang tikar ataupun lapakan harus membayar terlebih dahulu uang sewaan agar dapat mendapatkan tempat berdagangnya. Pedagang yang menggunakan kios merupakan tempat berdagang yang menetap dan tidak ada yang bisa mengambil tempat berjualan mereka karena sudah ada kontrak dari petugas pasar, baik itu 1 atau 3 tahun atau hasil kontrak antara pedagang dengan petugas pasar.

Salah satu bentuk strategi pengembangan Pasar Malino yaitu dengan memindahkan sejumlah pedagang yang berada di pinggir jalan, mengurangi masyarakat asing untuk berdagang di Pasar Sentral Malino serta penggunaan teknologi untuk mempromosikan produk dagangan. Dengan adanya pedagang

diarea parkir mengakibatkan munculnya kemacetan. Oleh karena itu, sebagian pedagang di pindahkan kedalam los yang masih belum digunakan oleh pedagang lain atau kosong. Selain itu, makanan atau ciri khas dari pasar sentral malino masih perlu dikembangkan baik itu dari segi pengemasan, maupun cara mempromosikan makanan tersebut. Mengetahui berbahasa asing juga perlu ditingkatkan, karena Pasar Sentral Malino bukan hanya masyarakat lokal saja yang datang berkunjung. Akan tetapi banyak juga wisatawan dari luar negeri yang berbelanja di pasar tersebut.

Pasar Sentral Malino terletak di Jalan Sultan Hasanuddin, Kelurahan Malino, Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa, Provinsi Sulawesi Selatan. Seiring dengan berkembangnya wisata di daerah Malino, pembeli di pasar juga ikut meningkat setiap tahunnya. Banyak wisatawan yang meluangkan waktunya berkunjung ke Pasar Sentral Malino untuk membeli sayur-sayuran, buah-buahan maupun makanan ciri khas Malino seperti tenteng, dodol, alvokat, madu asli dan lain-lain. Masih banyak pedagang yang belum memiliki tempat yang berjualan layak. Pedagang masih menggunakan akses jalan raya maupun Lorong-lorong. Selain itu, dengan adanya perbelanjaan online pasar ini semakin tersingkir dan mengakibatkan turunnya hasil pendapatan penjualan dikarenakan banyaknya pembeli yang sudah tidak menggunakan pasar lagi untuk berbelanja.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Studi Pasar Sentral Malino**

**Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa”**. Hal ini dilakukan agar dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam rangka penetapan strategi yang tepat sehingga dapat menciptakan pasar tradisional yang mampu bersaing dengan pasar modern dan dapat menarik minat masyarakat lokal dan dapat menarik wisatawan domestic dan wisatawan asing yang berkunjung di kota Malino.

#### **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi pengembangan kepuasan pedagang Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa?

#### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan kepuasan pedagang Pasar Sentral malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang telah diuraikan, maka manfaat penelitian ini adalah:

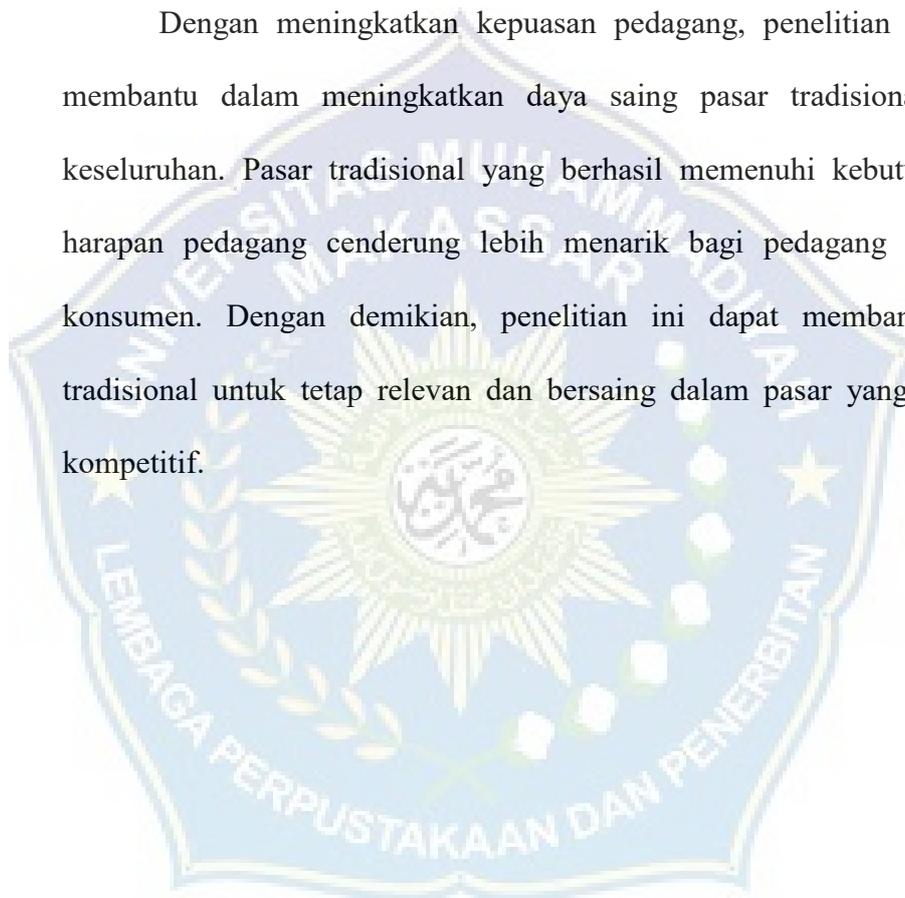
1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat membantu dalam memahami faktor-faktor kritis yang mempengaruhi kepuasan pedagang di pasar tradisional. Dengan

mengidentifikasi faktor-faktor yang paling penting dalam meningkatkan kepuasan pedagang, penelitian ini dapat memberikan wawasan teoritis yang berharga bagi praktisi, pengambilan keputusan, dan peneliti dibidang ini.

## 2. Manfaat praktis

Dengan meningkatkan kepuasan pedagang, penelitian ini dapat membantu dalam meningkatkan daya saing pasar tradisional secara keseluruhan. Pasar tradisional yang berhasil memenuhi kebutuhan dan harapan pedagang cenderung lebih menarik bagi pedagang baru dan konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dapat membantu pasar tradisional untuk tetap relevan dan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan penelitian tentang kebijakan atau program yaitu :

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama penelitian (Tahun)	Judul penelitian	Hasil
1.	Resti Putri Lestari (2019)	Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang (studi kasus pasar baru stabat)	Hasil penelitian menunjukkan kondisi internal pasar 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. Sedangkan untuk analisis berdasarkan diagram analisis swot menunjukkan variable IFAS 0,53 sebesar 0,775 yang menunjukkan bahwa pasar baru stabat berada pada strategi agresif, maka dianjurkan untuk memaksimalkan peluang dan kekuatan.
2.	Rosdiana (2022)	Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang menurut	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pedagang terhadap pengembangan pasar tradisional yang dilakukan di pasar bambu kuning hanya aspek kemampuan fisik (tangible saja berdampak

		perspektif islam (studi kasus pasar bambu kuning bandar lampung)	positif sedangkan untuk kendala dalam pemeliharaan pasar oleh UTP pasar bambu kuning. Dalam prinsip ekonomi islam pengembangan pasar yang dilakukan pasar bambu kuning hanya 2 (dua) saja yang memenuhi prinsip ekonomi islam yaitu Khalifah dan Ma'ad.
3.	Sakur (2020)	Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang di pasar bundeg desa durin timur konang bangkala 2020	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan pasar bundeg durin timur konang dalam meningkatkan kepuasan dan pendapatan pedagang dilakukan dengan memahami aspek-aspek yang tedapat pasca revitalisasi dilaksanakan. Aspek tersebut meliputi aspek fisik, aspek ekonomi, dan aspek sosial. Dari ketiga aspek tersebut para pedagang merasa belum puas, karena system penindak lanjutann keluhan dan saran yang lambat, sarana dan prasarana yang belum optimal dan kesejahteraan pedagang dalam hal pendapatan tidak maksimal (bahkan menurun).

Penelitian mengenai perkembangan pasar tradisional terus berkembang seiring dengan perubahan dalam teknologi dan perilaku konsumen. Pasar tradisional dalam menghadapi modernisasi. Perubahan gaya hidup, kebiasaan belanja konsumen, dan perubahan teknologi dapat memberikan dampak signifikan pada pasar tradisional. Pengetahuan yang diperoleh dari penelitian-penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi masyarakat dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan memahami bagaimana informasi tersebar dalam masyarakat modern.

Dalam perkembangan penelitian, peneliti terdahulu cenderung menggunakan metode kuantitatif yang berfokus pada pengumpulan data berbasis angka dan statistik, sedangkan peneliti saat ini telah beralih ke metode kualitatif yang lebih menekankan pada pemahaman mendalam melalui pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan analisis konteks.

## **B. Konsep dan Teori**

### **1. Konsep Strategi dan Pengembangan Pasar Tradisional**

#### **a. Konsep Strategi**

Strategi adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda atau lebih baik dari kompetitor untuk memberi nilai tambah kepada pelanggan sehingga mencapai sasaran jangka Panjang organisasi (Ious et al 2011:61). Menurut Chandler dalam Kuncoro (2016:1) strategi adalah penentuan tujuan dan sasaran jangka Panjang organisasi, diterapkannya aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Imam Mulyana (2010:45) strategi adalah ilmu dan seni menggunakan kemampuan bersama sumberdaya dan lingkungan secara efektif yang terbaik, terdapat empat unsur penting dalam pengertian strategi yaitu: kemampuan, sumberdaya, lingkungan dan tujuan, empat unsur tersebut sedemikian rupa disatukan secara rasional dan indah sehingga muncul beberapa alternative pilihan kemudian dievaluasi dan di ambil yang terbaik , lantas hasil diumumkan secara

tersurat sebagai pedoman taktik yang selanjutnya turun pada lingkungan operasional. (Timpal et al., n.d.)

Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan secara berbeda, strategi yang melibatkan penentuan tujuan dan sasaran jangka panjang, penerapan aksi dan penerapan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Terdapat empat unsur penting dalam pengertian strategi yaitu kemampuan, sumber daya, lingkungan dan tujuan.

Strategi tidak dapat dipisahkan dari struktur, tingkah laku dan kebudayaan ditempat terjadinya proses tersebut. Namun demikian, proses yang ada memiliki dua aspek penting yang saling berhubungan satu sama lain aspek tersebut diperlukan untuk tujuan analisis.

#### **b. Konsep Pengembangan**

Pengembangan dalam teori manajemen organisasi dapat didefinisikan sebagai pengembangan keorganisasian yang meliputi serangkaian tindakan manajemen puncak suatu organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian, guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan dalam organisasi, dengan partisipasi para anggota keorganisasian guna melaksanakan proses perubahan dan pengembangan yang bersangkutan, hingga dari kondisi yang sedang berlaku sekarang, melalui proses yang berlangsung dalam waktu, dapat dilaksanakan aneka macam perubahan, hingga pada akhirnya dicapai

kondisi yang lebih memuaskan dan lebih sesuai dengan tuntutan lingkungan. (Helwig et al., 2017)

Menurut beckhart, pengembangan organisasi adalah upaya yang berencana, meliputi keseluruhan organisasi dan dikelola dari atas untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui intervensi terencana terhadap proses yang terjadi dalam organisasi dengan memanfaatkan pengetahuan yang berasal dari ilmu perilaku. Blanke dan Mouton menjelaskan bahwa pengembangan organisasi berhubungan dengan usaha jangka Panjang untuk meningkatkan kemampuan organisasi dalam memecahkan masalah dan kemampuan untuk menanggulangi perubahan dalam lingkungan eksternal dan internal, atau agen pembaharuan seperti kadang-kadang mereka disebut orang.

### **c. Pasar tradisional**

Menurut Perda Gowa Pasar Tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, badan, dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha yang berupa toko, kios, los, dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil menengah, swadaya masyarakat atau dengan koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar.

Definisi pasar secara luas yaitu orang-orang yang mempunyai keinginan untuk memenuhi kebutuhan, dan uang untuk berbelanja serta kemauan untuk membelanjakan. Pasar dalam pengertian pemasaran menurut Philip Kotler adalah orang-orang ataupun organisasi yang mempunyai kebutuhan akan produk yang kita pasarkan dan mereka itu memiliki daya beli yang cukup guna memenuhi kebutuhan.

Pasar tradisional memiliki fungsi sebagai penentu nilai suatu barang, penentu jumlah produksi, mendistribusikan produk, melakukan pembatasan harga dan menyediakan barang dan jasa untuk jangka Panjang. Pasar juga berfungsi sebagai fasilitas umum untuk melayani ataupun mendapatkan kebutuhan sehari-hari pada masyarakat. Sebagian besar yang di perdagangkan terdiri dari barang-barang kebutuhan sehari-hari dan tentunya dengan harga yang murah. Dengan demikian, pasar sebagai tempat terjadinya transaksi jual beli merupakan fasilitas publik yang sangat vital bagi perekonomian suatu daerah.

#### **d. Kepuasan pedagang**

Teori *equity*, dikemukakan pertamakali oleh zalesnik dan diketipp oleh *Locke*, kepuasan dan ketidakpuasan dengan sejumlah aspek pekerjaan tergantung apakah ia merasakan keadilan atau tidak atas suatu situasi. Dalam teori tersebut meliputi tingkat pendidikan, keterampilan, dan produktivitas. Sedangkan hasil merupakan imbalan yang diperoleh dari hasil kerja gaji, promosi, penghargaan, prestasi dan

jabatan. Keadilan organisasi menyangkut perlakuan adil terhadap orang-orang dalam suatu organisasi. Hal ini biasanya diukur dengan persepsi karyawan tentang bagaimana mereka diperlakukan oleh organisasi. Keadilan distributif mengacu pada keadilan prosedur organisasi formal yang digunakan dalam pengambilan keputusan, dan keadilan interaksional mengacu pada keadilan perlakuan yang diterima masyarakat dari pengambil keputusan. (Helwig et al., 2017)

Kepuasan adalah tingkat perusahaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang di rasakan dengan harapan. Kepuasan bergantung pada perkiraan kinerja produk dalam memberikan nilai, relative terhadap pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak akan merasa puas.

Menurut Cascio (1987), teori utilitas memberi kita kerangka konseptual untuk membuat keputusan dengan cara mendorong pembuat keputusan untuk menetapkan tujuannya secara jelas, untuk memperhitungkan konsekuensi hasil yang di harapkan serta untuk menentukan nilai konsekuensi maupun hasilnya. Kepuasan tidak saja sebagai tujuan organisasi, akan tetapi juga menjadi strategi (instumen) Perusahaan. Sebagai strategi, kepuasan berkaitan dengan penyusunan konsep, metode dan evaluasi untuk dapat memenangkan persaingan. Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa kepuasan pedagang

adalah respon Masyarakat terhadap kesesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja actual yang dirasakan setelah pemakaian.

## **2. Jenis - Jenis Hambatan Peningkatan Kepuasan Pedagang**

Faktor pendukung dan penghambat dalam penanganan Pasar Tradisional dalam pengembangan pasar tradisional terdapat beberapa faktor pendukung dan penghambat yang dapat mempengaruhi proses tersebut. Berikut adalah beberapa faktor pendukung dan penghambat yang umum sebagai berikut :

### **a. Faktor Pendukung Dalam Pengembangan Pasar Tradisional**

#### **1) Kebutuhan dan Permintaan Pasar**

Jika ada permintaan yang kuat dari masyarakat terhadap pasar tradisional, ini dapat menjadi faktor pendukung yang signifikan dalam pengembangannya. Permintaan yang tinggi mendorong pelaku pasar untuk memperluas, meningkatkan kualitas dan menyediakan produk yang lebih beragam.

#### **2) Lokasi Strategis**

Lokasi pasar tradisional yang strategis dapat mendukung pengembangan pasar tersebut. Jika pasar terletak di daerah yang mudah diakses oleh masyarakat, baik dari segi transportasi maupun keberadaan penduduk, maka akan meningkatkan peluang pertumbuhan pasar.

#### **3) Regulasi dan Dukungan Pemerintah**

Keterlibatan pemerintah dalam pengembangan pasar tradisional dapat memberikan dampak positif. Regulasi yang jelas dan dukungan dalam bentuk kebijakan, infrastruktur, dan pelatihan dapat membantu meningkatkan kualitas dan daya saing pasar.

#### 4) Inovasi dan Pemasaran

Adanya inovasi dalam hal produk, promosi, dan pengalaman pelanggan dapat mendukung pengembangan pasar tradisional. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, seperti pemasaran online dan aplikasi seluler, dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik bagi konsumen.

#### b. Faktor Penghambat dalam Pengembangan Pasar Tradisional:

##### a) Persaingan dengan Supermarket dan Ritel Modern

Pasar tradisional sering menghadapi persaingan yang ketat dari supermarket dan ritel modern. Keberadaan toko-toko besar dengan kemudahan belanja dan produk-produk yang lebih beragam dapat mengurangi jumlah pelanggan yang datang ke pasar tradisional.

##### b) Infrastruktur yang Kurang Memadai

Kondisi infrastruktur yang buruk, seperti akses jalan yang sulit, kurangnya fasilitas parkir, atau sanitasi yang tidak memadai, dapat menjadi hambatan pengembangan pasar tradisional. Hal ini dapat mempengaruhi kenyamanan dan kepercayaan konsumen terhadap pasar tersebut.

c) Perubahan Gaya Hidup dan Preferensi Konsumen

Perubahan gaya hidup dan preferensi konsumen juga dapat menjadi faktor penghambat. Banyak konsumen yang lebih memilih belanja ditempat yang lebih modern dan nyaman, dengan pilihan produk yang lebih luas. Hal ini dapat mengurangi minat mereka untuk berbelanja di pasar tradisional.

d) Kurangnya Peningkatan Kualitas dan Inovasi

Jika pasar tradisional tidak mampu meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan pengalaman pelanggan, maka ini dapat menghambat perkembangan pasar tersebut. Kurangnya inovasi dalam hal penataan, display produk, atau diversifikasi produk juga dapat mengurangi daya tarik pasar tradisional bagi konsumen.

Penting untuk menyadari bahwa faktor-faktor ini dapat bervariasi tergantung pada konteks dan kondisi setempat. Dalam pengembangan pasar tradisional, penting bagi pemerintah, pelaku pasar, dan masyarakat secara bersama-sama bekerja untuk mengatasi hambatan-hambatan ini dan memanfaatkan faktor pendukung untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

### **3. Teori Dalam Pengembangan Pasar Tradisional**

#### **a. Strategi pengembangan pasar**

Terdapat berbagai strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan pasar. Pilihan strategi yang tepat akan tergantung pada tujuan, pasar sasaran, dan konteks bisnis yang spesifik. Strategi

pengembangan pasar menurut Zaleznik (2021:10) adalah sebagai berikut:

1) Penataann dan pembenahan fisik

Penataan dan pembenahan fisik merujuk pada proses atau tindakan untuk mengatur dan memperbaiki tata letak, struktur, dan kondisi fisik suatu ruang, area, atau lingkungan. Ini mencakup pengaturan, penataan ulang, atau pembaruan elemen-elemen fisik seperti bangunan, taman, jalan, infrastruktur, dan fasilitas lainnya. Penataan fisik melibatkan perencanaan dan pengaturan ulang elemen-elemen fisik dalam suatu ruang atau area untuk meningkatkan efisiensi, fungsi, dan estetika.

2) Pengembangan produk lokal

Pengembangan produk lokal merujuk pada proses pengembangan dan peningkatan produk yang dikembangkan secara khusus oleh produsen atau perusahaan lokal dalam suatu wilayah atau negara. Produk lokal ini biasanya didesain, diproduksi, dan dipasarkan dengan mempertimbangkan kebutuhan, kekhasan budaya, dan karakteristik pasar lokal.

3) Pemasaran dan promosi

Pemasaran merujuk pada serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mencapai tujuan bisnis. Ini melibatkan penelitian pasar, perencanaan strategi, pengembangan produk, penetapan harga,

distribusi, dan manajemen hubungan dengan pelanggan. Promosi adalah salah satu elemen penting dalam pemasaran yang berfokus pada komunikasi dengan pasar dan pelanggan potensial. Ini melibatkan serangkaian kegiatan yang dirancang untuk memperkenalkan, menginformasikan, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen tentang produk atau layanan yang ditawarkan.

4) Penggunaan teknologi

Penggunaan teknologi merujuk pada pemanfaatan berbagai jenis teknologi, perangkat, dan sistem untuk memenuhi kebutuhan, memperbaiki efisiensi, atau mencapai tujuan tertentu dalam berbagai bidang kehidupan atau sektor industri. Teknologi dapat mencakup perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), sistem komputer, peralatan elektronik, dan berbagai solusi teknologi lainnya.

5) Meningkatkan kebersihan dan keamanan

Meningkatkan kebersihan dan keamanan adalah upaya untuk memperbaiki dan memelihara kondisi yang bersih dan aman di berbagai konteks, seperti lingkungan, tempat kerja, rumah tangga, atau masyarakat secara umum. Tujuan dari upaya ini adalah untuk melindungi kesehatan dan kesejahteraan individu serta mencegah terjadinya bahaya dan risiko.

Penting untuk melakukan analisis pasar yang komprehensif, memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta memperhitungkan sumber daya yang tersedia sebelum memilih strategi pengembangan pasar yang paling sesuai. Selain itu, strategi-strategi tersebut dapat dikombinasikan secara fleksibel sesuai dengan kebutuhan bisnis yang berubah seiring waktu.

#### **b. Konsep Analisis SWOT**

Analisis SWOT, khususnya kegiatan yang bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, ancaman, serta kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri, yang dimana hal ini sangat penting di lakukan demi pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan. Analisis ini berdasarkan logika bahwa strategi yang di pilih adalah strategi yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman. Analisis SWOT paling umum di gunakan sebagai kerangka logis yang mengarahkan pembahasan dan refleksi mengenai situasi dan alternative dasar perusahaan. SWOT merupakan akronim untuk menggunakan kata-kata kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk

akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya ,kemudian menerapkannya dalam matrik SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mau mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, bagaimana mengatasi kelemahan(*weaknesses*) yang mencegah keuntungan (*advantage*) dari peluang (*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threast*) yang ada,dan terakhir bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weaknesses*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Analisis SWOT yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan diperusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan . Menurut David (2008, 8)

dalam (Mashuri & Nurjannah, 2020) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan suatu alat atau formula yang ditujukan untuk memenuhi harapan dan mencapai tujuan yang direncanakan.

Menurut David (2005) SWOT adalah sebagai berikut :

1) Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan adalah hal yang dapat diandalkan oleh suatu lembaga atau organisasi. Dengan adanya kekuatan ini, maka dapat memahami atau mengetahui cara cepat dalam mengevaluasi strategi.

2) Kelemahan (*Weaknes*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki suatu organisasi atau Lembaga.

3) Peluang (*Opportunity*)

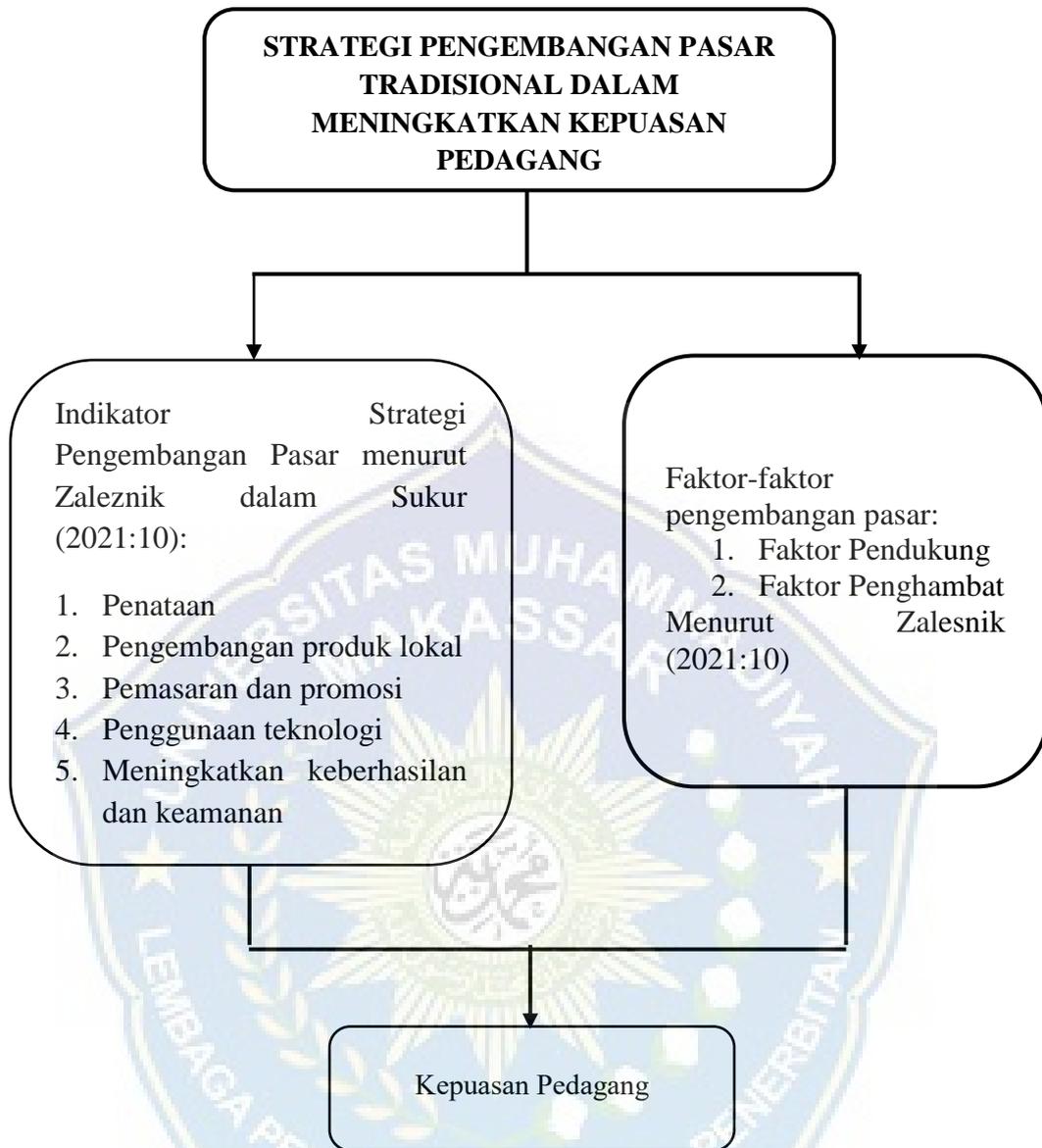
Peluang adalah situasi atau kondisi yang menguntungkan organisasi atau lembaga, dimana dengan mengetahui peluang maka dapat memanfaatkannya menjadi potensi yang dapat mengantarkan ke tujuan utama.

4) Ancaman (*Threath*)

Ancaman adalah suatu situasi yang sama sekali tidak menguntungkan lembaga atau organisasi. Hal ini perlu di ketahui oleh organisasi dengan baik, agar dapat mengambil tindakan di awal agar ancaman tidak menjadi kenyataan.

### **C. Kerangka pikir**

Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu hal yang baik digunakan untuk mewujudkan kepuasan pedagang. Karena dengan adanya pengembangan pasar, Pasar Sentral Malino akan lebih berkembang baik dari segi kepuasan pedagang dan pembeli maupun kebaikan dari pasar itu sendiri. Oleh karena itu, penelitian ini sangat bermanfaat dan di butuhkan oleh pedagang untuk meningkatkan daya jual beli atau pun bersaing secaraimbang dengan pasar modern maupun pedagang asing yang ada di pasar tradisional tersebut.



**Gambar 2.1 Kerangka fikir**

#### **D. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini menjadi dasar pengumpulan data agar tidak terpengaruh biasa terjadi pada data yang dikumpulkan. Untuk menyeimbangkan pemahaman dan dari sudut dan arah penelitian untuk menunjukkan arah penelitian untuk menulis artikel ilmiah ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan kerangka pikir yang terdapat pada

gambar di atas. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pengembangan Pasar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang yang ada di Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa.

### **E. Deskripsi Fokus**

Fokus strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Malino, Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa dapat melibatkan beberapa aspek. Beberapa deskripsi fokus strategi tersebut adalah sebagai berikut:

#### **1. Peningkatan Infrastruktur**

Strategi ini mencakup perbaikan atau pembaruan infrastruktur pasar seperti peningkatan aksesibilitas, pembangunan kios yang nyaman, peningkatan tata letak, dan pembenahan sanitasi. Hal ini akan memberikan lingkungan yang lebih baik bagi pedagang, meningkatkan kenyamanan, dan memudahkan mereka dalam menjalankan usaha.

#### **2. Pengembangan Produk dan Inovasi**

Strategi ini menekankan pengembangan produk unik dan inovatif oleh pedagang pasar tradisional. Dengan memperkenalkan produk baru yang menarik dan berkualitas, pasar dapat meningkatkan daya tariknya bagi konsumen. Dukungan dalam hal pengujian produk, sertifikasi, dan peningkatan kualitas dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi pedagang.

#### **3. Promosi dan Pemasaran**

Strategi ini berfokus pada peningkatan visibilitas pasar tradisional di Pasar Malino. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, papan reklame, dan kegiatan pemasaran lainnya. Selain itu, kerjasama dengan instansi terkait seperti Dinas Pariwisata dan promosi daerah dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan menarik lebih banyak pengunjung.

#### 4. Penggunaan teknologi

Penggunaan teknologi dalam pasar tradisional membawa manfaat signifikan bagi pedagang dan konsumen. Ini meningkatkan efisiensi bisnis, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki pengalaman konsumen. Namun, penting untuk memastikan bahwa adopsi teknologi dilakukan dengan bijak dan mempertimbangkan kebutuhan dan karakteristik pasar tradisional yang unik.

#### 5. Keamanan dan kebersihan

Keamanan dan kebersihan pasar tradisional adalah elemen penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan menjaga integritas pasar. Dengan mengadopsi langkah-langkah keamanan yang tepat, pedagang dapat melindungi bisnis mereka, melindungi konsumen, dan menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya untuk bertransaksi. Fokus mengenai keamanan dan kebersihan pasar tradisional adalah penting untuk memastikan lingkungan yang aman dan sehat bagi pedagang dan pengunjung. Pasar tradisional sering kali menjadi pusat kegiatan ekonomi

dan sosial dalam komunitas, dan menjaga keamanan dan kebersihan di pasar tersebut memiliki dampak yang luas.

Dengan menjaga keamanan dan kebersihan pasar tradisional, kita dapat menciptakan lingkungan yang aman, nyaman, dan sehat bagi semua orang yang terlibat.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Tempat**

Waktu penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini kurang lebih selama 2 bulan lamanya. Adapun lokasi penelitian bertempat di Malino, Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa. Malino dipilih menjadi lokasi penelitian dengan fokus penelitian yaitu Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang.

#### **B. Jenis dan Tipe Penelitian**

Tipe penelitian yang di gunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah. (Fadli, 2021)

Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas bukan kuantitas dan data-data yang di kumpulkan bukan berasal dari kuisisioner melainkan hasil wawancara, observasi langsung, dan dokumen resmi yang terkait lainnya. Penelitian kualitatif juga lebih mementingkan segi proses daripada hasil yang di dapat. Data kualitatif adalah data sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambil sampel pada umumnya dilakukan

secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009:14). Peneliti akan mengambil informan minimal 5 orang atau lebih agar data yang di terima bisa di katakan valid.

### C. Sumber Data

Sumber Data merupakan informasi yang di peroleh oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan yaitu :

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. (Pratiwi, 2017)

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder bersifat data yang mendukung keperluan data primer. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen-dokumen jurnal. Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah sesuai dengan undang-undang ketenagakerjaan, buku, jurnal, artikel yang berkaitan dengan topik penelitian mengenai sistem pengendalian internal atas sistem dan prosedur penggajian dalam usaha mendukung efisiensi biaya ketenagakerjaan. (Pratiwi, 2017)

#### D. Informan

Informan penelitian adalah individu atau kelompok yang memberikan informasi, wawasan, atau pandangan kepada peneliti dalam konteks penelitian. Informan penelitian sering kali memiliki pengetahuan, pengalaman, atau pemahaman khusus yang relevan dengan topik penelitian yang sedang diteliti. Pemilihan informan penelitian sangat penting karena mereka menyediakan data dan perspektif yang diperlukan untuk memahami fenomena yang sedang diteliti. Berikut diuraikan daftar informan penelitian dalam tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Informan Penelitian**

NO	Nama	Inisial	Jabatan
1	Ma'ruf Alam SE.,MM	M	Dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten gowa
2	Salam	S	Pengelola pasar
3	Azizah	A	Pedagang
4	Jumriah	J	Pedagang
5	Rosi	R	Pedagang
6	Andi	A	Pedagang
7	Salmiah	S	Konsumen

## **E. Teknik Pengumpulan data**

### **1. Teknik Wawancara.**

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab secara lisan untuk mengumpulkan informasi. Bentuk informasi yang di peroleh dinyatakan secara tertulis atau di rekam dalam bentuk suara, gambar, atau video visual.

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data terhadap narasumber/sumber data. (Hasanah, 2017)

### **2. Teknik Observasi**

Observasi adalah sebuah kegiatan yang di arahkan terhadap suatu proses atau suatu objek dengan tujuan untuk merasakan dan kemudian memahami pengetahuan tentang suatu fenomena berdasarkan pengetahuan atau gagasan yang telah diketahui sebelumnya, untuk memperoleh informasi yang dioerlukan untuk penelitian lebih lanjut.

Observasi merupakan kegiatan yang melibatkan seluruh kekuatan indera seperti pendengaran, penglihatan, perasa, sentuhan, dan cita rasa berdasarkan pada fakta-fakta peristiwa empiris. (Hasanah, 2017)

### **3. Teknik Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data melalui bahan-bahan yang tertulis yang diterbitkan oleh lembaga yang menjadi objek penelitian. Peneliti menggunakan teknik dokumentasi pada pengumpulan data dengan alasan bahwa dengan dokumen, data yang diperlukan akan

lebih mudah didapat dari tempat penelitian dan informasi melalui wawancara akan lebih nyata dibuktikan dalam bentuk dokumen.

Dokumen yang tersedia dapat berupa dokumen nyata, dokumen maya, dan juga terdapat dokumen digital. Kemudian, dokumentasi sebagai ilmu digambarkan sebagai suatu dorongan untuk mengembangkan teori-teori atau konsep mengenai ilmu pengetahuan yang pernah. Selain itu, dokumentasi sebagai ilmu dapat diimplementasikan manfaatnya dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. (Ayumsari, 2022)

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis hasil observasi, wawancara dan hasil lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya dalam temuan bagi orang lain.

##### **1. Reduksi Data**

Reduksi data yaitu hasil dari analisa-analisa dari pengumpulan data peneliti dengan cara wawancara dan dokumentasi yang didapatkan dari informan baik primer dan sekunder dengan memilah dan merangkum agar menjadi lebih sederhana dan agar mudah di pahami.

##### **2. Penyajian Data**

Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data

kualitatif dapat berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, grafik, jaringan, dan bagan.

### 3. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan atas data-data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, sehingga menjadi penelitian yang data menjawab permasalahan yang ada.

## **G. Teknik Pengabsahan Data**

Pengabsahan data adalah memastikan bahwa segala sesuatu telah dilakukan diamati dan diteliti oleh penulis menurut data yang tersedia dan aktual itu benar-benar terjadi. Hal ini penulis lakukan untuk menjaga dan pastikan data akurat untuk pembaca dan subjek mempelajari. Dalam konteks pengabsahan data diperiksa dari berbagai sumber dengan metode dan waktu yang berbeda.

### 1. Trigulasi Teknik

Trigulasi teknik berarti menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber data yang sama. Peneliti ini menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serentak. Trigulasi teknik melibatkan pemeriksaan data dari sumber yang sama menggunakan banyak metode yang berbeda.

## 2. Trigulasi Waktu

Trigulasi Waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda. Maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya. Waktu yang digunakan peneliti yaitu ketika pagi dan siang.

## 3. Trigulasi Data

Trigulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai data dan sumber yang telah ada. Trigulasi Data merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Singkat Pasar Sentral Malino**

##### **1. Letak Geografis**

Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa terletak pada posisi yang strategis yaitu dipinggir jalan utama, jalan poros Malino menuju ke wisata Hutan Pinus Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa. Akses yang sangat mudah dijangkau menjadikan Pasar Sentral Malino menjadi sasaran wisatawan untuk pembeli untuk berbelanja di pasar tersebut. Pasar Sentral yang cukup dekat dengan kota Malino ataupun tempat berwisata menjadikan pengunjung wisatawan mudah untuk berbelanja, baik dari segi makanan maupun oleh-oleh ciri khas Malino.

Secara geografis Kabupaten Gowa terletak pada titik kordinat 119o29'40"- 120o0'40" Bujur Timur dan 5o 5' 36' 40" Lintang Selatan dengan luas wilayah 1.883,33 km<sup>2</sup> yang meliputi 18 (delapan belas) Kecamatan dan 167 (seratus enam Puluh tujuh) Desa/Kelurahan. Secara administratif Kabupaten Gowa mempunyai batas-batas wilayah yaitu:

- a. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kabupaten Takalar dan Kabupaten Jeneponto
- b. Sebelah Utara berbatasan dengan dengan Kota Makassar dan Kabupaten Maros

- c. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Sinjai, Kabupaten Bulukumba, dan Kabupaten Bantaeng
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Kota Makassar dan Kabupaten Takalar

Kabupaten Gowa memiliki 2 (dua) dimensi wilayah, yakni wilayah dataran rendah dan wilayah dataran tinggi. Wilayah Kabupaten Gowa sebagian besar merupakan dataran tinggi yaitu sekitar 72,26%. Dari total luas Kabupaten Gowa 35,30% mempunyai kemiringan tanah di atas 40 derajat, yaitu pada wilayah Kecamatan Parangloe, Tinggimoncong, Bungaya dan Tompobulu. Kabupaten Gowa dilalui oleh banyak sungai yang cukup besar yaitu ada 15 sungai. Sungai Dengan luas daerah aliran yang terbesar adalah Sungai Jeneberang yaitu seluas 881 km<sup>2</sup> dengan panjang 90 km.

## **2. Sejarah Pasar Sentral Malino**

Pasar Kota Malino memiliki sejarah panjang dan telah menjadi pusat perdagangan dan kegiatan ekonomi di wilayah tersebut selama bertahun-tahun. Pasar ini dikenal sebagai tempat di mana masyarakat setempat memperoleh berbagai kebutuhan sehari-hari, mulai dari makanan, pakaian, peralatan rumah tangga, hingga alat-alat pertanian.

Malino sendiri adalah nama sebuah kawasan yang terkenal dengan keindahan alamnya, terletak di ketinggian pegunungan di Sulawesi Selatan. Pasar Malino menjadi salah satu daya tarik wisata di kawasan ini, di samping objek wisata alam yang lain. Wisatawan yang berkunjung ke

Malino juga sering melihat-lihat atau berbelanja di pasar ini untuk membeli oleh-oleh atau sekadar merasakan suasana lokal.

Pasar Malino umumnya ramai pada hari-hari tertentu, terutama saat pasar tradisional digelar. Di pasar ini, pengunjung dapat menemukan berbagai jenis produk lokal, seperti hasil pertanian, sayuran, buah-buahan segar, ikan, daging, rempah-rempah, tekstil tradisional, dan banyak lagi.

### 3. Visi Misi

#### a. Visi

Menjadi pasar tradisional yang unggul dan terpercaya dalam menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat dalam menjaga nilai-nilai budaya lokal dan memberikan pelayanan terbaik.

#### b. Misi

- 1) Menyediakan beragam produk dan barang dagangan yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat.
- 2) Mempertahankan dan mempromosikan kearifan lokal serta mendukung pengembangan industri dan produk lokal.
- 3) Menjaga kebersihan, keamanan, dan tata kelola pasar yang baik untuk memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pengunjung.
- 4) Meningkatkan keterampilan dan kesejahteraan pedagang yang berdagang di pasar, sehingga tercipta hubungan saling menguntungkan antara pedagang dan masyarakat.

- 5) Mengembangkan kerjasama dengan pihak terkait, seperti pemerintah daerah, komunitas lokal, dan lembaga terkait lainnya, untuk meningkatkan pengelolaan dan pengembangan pasar.

#### 4. Kepengurusan Pasar Sentral Malino



#### 5. Tugas dan Wewenang Pengurus Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa

Tugas dan wewenang Kepala Pasar, Bidang Administrasi, Bidang Pemungut, Kebersihan, dan Keamanan dapat dipaparkan sebagai berikut :

- a. Kepala Pasar
  - 1) Memantau hasil pendapatan retribusi pasar
  - 2) Memantau kebersihan pasar
  - 3) Memantau ketertiban dan keamanan pasar
  - 4) Menempatkan pedagang sesuai dengan jenis pedagang

b. Bidang Adiministrasi

- 1) Merekap seluruh jumlah adminitrasi yang diterima, seperti:  
Pembukuan/merekap hasil penarikan retribusi pasar
- 2) Pelaporan adminitrasi.

c. Bidang keuangan

- 1) Menungut/menarik retribusi pasar
- 2) Menyetorkan hasil penarikan retribusi ke Bank yang telah  
Ditentukan/ ditunjuk.

d. Bidang Kebersihan

- 1) Membersihkan sampah yang ada di dalam pasar
- 2) Serta membantu kepentingan secara umum

e. Bidang Keamanan

- 1) Mengamankan ketertiban dan keamanan pasar
- 2) Membantu kepentingan secara umum

Pasar Sentral Malino memiliki unsur-unsur kekuatan dan kelemahan dan analisis lingkungan eksternal memperhatikan unsur-unsur peluang dan ancaman sebagai berikut:

a. Kekuatan (*strenght*)

- 1) Kebutuhan dan permintaan pasar
- 2) Lokasi strategis
- 3) Dukungan pemerintah
- 4) Inovasi dan pemasaran

b. Kelemahan (*weakness*)

- 1) Kurangnya kesadaran dan promosi yang efektif, Pasar Sentral tidak memiliki promosi yang memadai, masyarakat lokal dan wisatawan mungkin tidak menyadari keberadaannya.
- 2) Infrastruktur yang terbatas, infrastruktur seperti penataan pasar, kurangnya fasilitas pasar, kontur tanah yang tidak rata dan pasokan air/listrik masih terbatas, hal ini dapat menjadi hambatan bagi pengembangan pasar sentral.
- 3) Kurangnya pengelolaan, pasar sentral tidak dikelola dengan baik, termasuk dalam hal kebersihan, kualitas layanan, dan keamanan, maka hal ini dapat mengurangi daya tarik pasar bagi pengunjung.

c. Peluang (*opportunity*)

- 1) Peningkatan wisatawan, jumlah wisatawan yang mengunjungi Malino terus meningkat, maka Pasar Sentral dapat memanfaatkan peluang ini untuk menarik pengunjung dan meningkatkan penjualan.
- 2) Kemitraan dengan Pihak Terkait, Kerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti hotel, agen perjalanan, dan atraksi wisata di sekitar Malino dapat memberikan peluang untuk memperluas jaringan dan menciptakan paket wisata yang menarik bagi pengunjung.

d. Tantangan (*threat*)

- 1) Persaingan dengan minimarket, minimarket yang sudah mapan dan memiliki basis pelanggan yang kuat dapat menjadi ancaman bagi

Pasar Sentral dalam hal menarik pengunjung dan menciptakan pangsa pasar yang stabil.

- 2) Perubahan preferensi konsumen, preferensi konsumen berubah dan lebih memilih belanja online atau pusat perbelanjaan modern lainnya, maka pasar sentral harus bersaing dengan tren tersebut dan menyesuaikan penawaran dan strategi pemasaran mereka.

## **B. Hasil Penelitian**

Pasar memiliki peran penting dalam perekonomian karena menyediakan sarana untuk pertukaran barang dan jasa. Pasar juga mempengaruhi harga dan alokasi sumber daya dalam suatu ekonomi. Selain itu, pasar juga dapat mencerminkan dinamika dan keadaan ekonomi suatu wilayah, serta menjadi pusat kegiatan sosial dan budaya. Pasar memiliki peran penting dalam menghubungkan penjual dengan pembeli, memfasilitasi pertukaran barang dan jasa, serta berperan dalam pembentukan harga dan alokasi sumber daya dalam suatu ekonomi.

Pengembangan pasar yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Dan Perdagangan untuk meningkatkan kpuasan pedagang sangat di perhatikan terbukti dengan adanya partisipasi yang intens antara Dinas Perindustrian Dan Perdagangan dengan kepala pasar. Menurut buku dunia dalam kota halaman 177-185 perekonomian Indonesia disusun berdasarkan asas kekeluargaan dengan tujuan utama tercipta adanya kesejahteraan bagi seluruh rakyat. Mengingat Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan

toko modern. Peraturan Daerah Kota Makassar tentang perlindungan, pemberdayaan pasar local dan penataan pusat perbelanjaan dan toko pasal 1 mengenai penataan adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemerintah daerah untuk mengatur dan menata keberadaan dan pendirian pasar modern disuatu daerah, agar tidak merugikan dan tidak mematikan pasar tradisional, usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi yang ada. Toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri menjual berbagai jenis barang eceran yang berbentuk minimarket, supermarket, departemen store, hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan.

Berikut ini hasil wawancara dengan pihak informan dari pemerintah selaku kepala bidang dinas perdagangan perindustrian dan perdagangan Kabupaten Gowa. Terkait bagaimana strategi pengembangan pasar dengan pengelola pasar dalam meningkatkan kepuasan pedagang. Hasil wawancara dengan informan sebagai berikut.

### **1. Penataan**

Partisipasi Dinas Perindustrian Dan Perdagangan serta kepala pasar sangat aktif dalam berpartisipasi dalam penataan Pasar Sentral Malino untuk meningkatkan kepuasan pedagang maupun konsumen.

Hasil penelitian pada kantor Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Ma'ruf yang mengatakan bahwa:

“Strategi penataan yang akan dilakukan di Pasar Sentral Malino yaitu dengan memindahkan sejumlah pedagang lapakan ke tempat berdagang los akan tetapi pedagang lapakan tersebut tidak mau dikarenakan kurangnya pembeli apabila melakukan penjualan di

dalam loss tersebut. Selain itu, strategi selanjutnya dengan meningkatkan sarana dan prasarana hal itu di sebabkan karena posisi pasar yang terlalu berjarak dan sampai saat ini dinas perindustrian dan perdagangan belum mendapatkan bantuan dari pemerintah daerah maupun pusat. Salah satu strategi yaitu dengan membongkar Pasar Sentral Malino dan membangun kontur yang lebih baik, hingga jarak dari satu los ke los yang lain memiliki jarak hingga 1 meter. Dinas Perindustrian dan Perdagangan sudah membuat proposal untuk kementerian perdagangan dan bisa di lanjutkan di pdpr. Pasar Sentral Malino membutuhkan anggaran yang cukup banyak. Hal ini dikarenakan pasar sentral Malino merupakan pasar wisata penunjang untuk kegiatan skla nasional seperti Beautiful Malino yang sudah memiliki jadwal nasional. Oleh sebab itu pasar merupakan penunjang dan fasilitas pendukung hal ini yang kita sampaikan kepusat bahwa Pasar Sentral Malino merupakan fasilitas pendukung bagi wisatawan yang ada di Malino” (Hasil wawancara M pada tanggal 1 April 2024)

Sebagai mana hasil wawancara dengan informan dinas perindustrian dan perdagangan mengenai penataan dan pembenahan fisik Pasar Sentral Malino, bahwa Pasar Sentral Malino menghadapi beberapa masalah, seperti kurangnya pembeli di tempat berdagang los dan kurangnya dukungan dari pemerintah daerah dan pusat dalam meningkatkan sarana dan prasarana. Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah membuat proposal untuk mendapatkan bantuan anggaran dari kementerian perdagangan. Pasar sentral Malino dianggap penting karena merupakan pasar wisata yang mendukung kegiatan skala nasional, seperti Beautiful Malino yang memiliki jadwal nasional. Dalam kesimpulannya, Pasar Sentral Malino dianggap sebagai fasilitas pendukung bagi wisatawan di Malino.

Selanjutnya hasil penelitian Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan kepala pasar, Bapak Salam mengatakan bahwa :

“Sebagai pengelola pasar, strategi pengembangan pasar yang berfokus pada peningkatan kepuasan pedagang melalui peningkatan infrastruktur memperbaiki atau meningkatkan fasilitas fisik pasar seperti bangunan, tempat berjualan lapakan, area parkir, sanitasi, dan aksesibilitas yang lebih baik dapat memberikan pengalaman belanja yang lebih nyaman bagi pelanggan. Memastikan bahwa infrastruktur dasar seperti air bersih, sistem drainase, dan penerangan yang memadai juga tersedia akan meningkatkan kenyamanan dan keamanan pengunjung.”(Hasil wawancara S pada tanggal 7 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan kepala pasar mengenai penataan dan pengembangan pasar, bahwa pengembangan pasar berfokus pada perbaharuan dan meningkatkan fasilitas pasar baik dari segi bangunan pasar, tempat berjualan lapakan, area parkir serta aksesibilitas yang lebih baik. Perbaikan dan peningkatan fasilitas-fasilitas tersebut dapat memberikan pengalaman berbelanja dan kenyamanan bagi para pengunjung ataupun pedagang itu sendiri.

Adapun penjelasan dari Dinas Perindustrian Dan Perdagangan mengenai faktor penghambat strategi pengembangan Pasar sentra Sentral Malino sebagai berikut:

“Faktor penghambatnya itu, yah masalah dana, belum adanya dana dari pemerintah keuangan sehingga kita belum bisa mengembangkan Pasar Sentral Malino. Bukan hanya soal dana akan tetapi kontur tanah di Pasar Sentral Malino juga merupakan hambatan. Karena tidak rata tanah tersebut yang menjadi hambatan sehingga kita harus meratakan terlebih dahulu, sehingga kita dapat menata ulang tata letak pedagang-pedagang di Pasar sentral Malino.” (hasil wawancara pada tanggal 1 April 2024)

Sebagaimana Hasil wawancara dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan mengenai faktor-faktor penghambat pengembangan pasar, bahwa faktor penghambat dalam pengembangan Pasar Sentral Malino adalah masalah dana dan kontur tanah yang tidak rata. Keterbatasan dana dari pemerintah menjadi kendala dalam mengembangkan pasar tersebut, sedangkan kontur tanah yang tidak rata juga perlu diatasi dengan meratakan tanah tersebut sebelum dapat melakukan penataan ulang tata letak pedagang.

Selanjutnya adapun penjelasan dari bapak Dinas Perindustrian dan Perdagangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang Pasar Sentral Malino. Adapun yang diungkapkan oleh Bapak Dinas Perindustrian Dan Perdagangan mengenai faktor-faktor tersebut:

“...ya faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang Pasar Sentral Malino itu dari segi kondisi bangunan, kios/lapak, serta sarana dan prasarana lainnya. Aspek-aspek tersebut penting yang harus diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pedagang di Pasar Sentral Malino. Kami dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan akan terus berupaya untuk mengoptimalkan pengembangan pasar-pasar di wilayah kami, termasuk Pasar Sentral Malino.”(Hasil wawancara M pada tanggal 1 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara bersama Bapak Dinas Perindustrian Dan Perdagangan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pedagang dapat disimpulkan bahwa, Dinas Perindustrian Dan Perdagangan berkomitmen untuk terus mengoptimalkan pembinaan dan pengembangan pasar-pasar di wilayahnya, termasuk Pasar Sentral Malino.

Selanjutnya adapun penjelasan dari bapak kepala pasar mengenai faktor pendukung dan penghambat dalam penataan dan pembenahan fisik

Pasar Sentral malino. Adapun yang diungkapkan oleh Bapak kepala pasar mengenai faktor-faktor tersebut:

“Adapun faktor pendukung dalam penataan pasar ini yaitu dukungan dari pemerintah dan masyarakat. Pemerintah sudah merekomendasikan kepada pemerintah untuk mengubah Pasar Sentral Malino baik dari penataan maupun pembenahan fisik. Selain dukungan dari pemerintah masyarakat juga ikut berpartisipasi memberikan dukungan dalam pembenahan fisik Pasar Sentral Malino. Sementara itu adapun faktor penghambat dalam pembenahan ini yaitu belum adanya dana dari pemerintah keuangan. Hal itu yang menjadi faktor utama yang menjadi hambatan dalam pembenahan fisik.”(Hasil wawancara S pada tanggal 7 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan bapak kepala pasar mengenai faktor pendukung dan penghambat penataan dan pembenahan fisik bahwa faktor pendukung dalam pembenahan fisik pasar sentral malino yaitu adanya dukungan dari pemerintah dan masyarakat. Sedangkan faktor penghambat pembenahan fisik yaitu belum adanya dana dari pusat.

Selanjutnya hasil penelitian konsumen mengenai penataan dan pembenahan fisik pasar sentral malino menyatakan bahwa:

“Menurut saya, dalam penataan dan pembenahan fisik pasar sentral malino yaitu, pemerintah perlu memperhatikan peningkatan infrastruktur seperti air bersih, wc umum,serta membenahi tata letak pasar. Kebersihan pasar juga harus menjadi fokus utama, dengan melibatkan petugas kebersihan secara teratur. Tujuan dari pembenahan tersebut untuk menciptakan pasar yang nyaman, bersih, dan tertata dengan baik bagi pedagang maupun pengunjung.” (Hasil wawancara S pada tanggal 9 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan konsumen mengenai penataan dan pembenahan fisik Pasar Sentral Malino bahwa pemerintah perlu memperhatikan beberapa aspek penting dalam penataan dan

pembenahan fisik seperti air bersih, wc umum, dan menjaga kebersihan dan kesehatan pasar. Selain itu, tata letak pasar perlu dibenahi agar kejelasan pedagang bisa tercapai. Kebersihan pasar juga harus dijaga dengan melibatkan petugas kebersihan secara teratur. Dengan pembenahan tersebut, diharapkan dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan baik itu kepuasan pedagang maupun konsumen.

## **2. Pengembangan Produk Lokal**

Pengembangan produk lokal yang dimaksud adalah oleh-oleh tenteng dan dodol produk khas Malino. Produk tersebut merupakan produk yang paling banyak digemari oleh wisatawan.

Pernyataan hasil penelitian Dinas Perindustrian Dan Perdagangan dalam pengembangan produk Malino, mengatakan bahwa:

“Sebagai produk khas yang memiliki keunikan dan potensi pasar yang baik, kami menjadikan pengembangan produk tenteng dan dodol sebagai salah satu focus utama. Kami mendorong para pedagang tenteng dan dodol untuk meningkatkan kualitas bahan baku, proses produksi dan pengemasan produk, serta mengembangkan varian rasa, bentuk, dan desain kemasan yang lebih menarik. Selain itu, kami juga mendorong pedangan untuk mempromosikan produk cirikhas Malino guna untuk lebih banyak wisatawan mengetahui produk tersebut. (Hasil wawancara M pada tanggal 1 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara bersama bapak Dinas Perindustrian Dan Perdagangan mengenai pengembangan produk khas malino dapat disimpulkan bahwa, Dinas Perindustrian Dan Perdagangan akan memberikan perhatian khusus pada peningkatan kualitas dan inovasi, serta

promosi produk tentang dan dodol produk khas Malino dapat semakin dikenal dan diminati oleh konsumen.

Pernyataan Hasil penelitian pedagang yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan informan mengatakan bahwa :

“Sebagai pedagang produk lokal, Pasar Sentral Malino memiliki peran penting dalam pengembangan produk lokal dan ciri khas Malino. Kami berusaha untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas tinggi seperti beras ketan, gula merah dan kacang tanah yang berkualitas tinggi. Kami melakukan pemilihan bahan baku yang secara ketat untuk menjaga konsistensi kualitas produk. Saya terus berinovasi untuk mengembangkan varian rasa, bentuk dan kemasan yang lebih menarik. Saya mencoba memadukan produk Malino dengan sentuhan modern untuk menarik minat konsumen yang lebih luas.” (Hasil wawancara A pada tanggal 9 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan pedagang lokal bahwa Pasar Sentral dapat disimpulkan bahwa, pedagang menerapkan beberapa strategi untuk mempromosikan dan meningkatkan daya saing produk tentang dan dodol khas Malino, serta memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat Kota Malino.

### 3. Pemasaran dan Promosi

Pemasaran (*marketing*) adalah proses keseluruhan dari aktivitas bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang sudah ada maupun yang potensial. Promosi (*promotion*) adalah salah satu komponen dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan produk dan jasanya kepada pasar sasaran. Bentuk

pemasaran dan promosi Pasar Sentral Malino yaitu setiap pedagang menggunakan media social sendiri untuk pemasaran dan mempromosikan barang dagangannya. Mereka membagikan informasi terkini mengenai jenis barang dagangannya, jam operasionalnya ataupun promosi yang dilakukan oleh pedagang tersebut. Dengan demikian, pedagang menjangkau konsumen yang lebih luas diluar wilayah Malino.

Pasar Sentral Malino sering mengadakan kegiatan promosi dan ikut serta dalam acara-acara khusus dalam pertunjukan budaya seperti Beautiful Malino dan hari jadi Gowa. Dengan demikian, Pasar Sentral Malino menerapkan strategi pemasaran dan promosi yang komprehensif dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi dan terlibat aktif dengan komunikasi local. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan brand dan menarik lebih banyak pengunjung kepasar.

Pernyataan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Dinas Perindustrian Dan Perdagangan yang dimana mengatakan bahwa:

“...ya kami memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan pemasaran dan promosi Pasar Sentral Malino. Kami mendorong para pedagang untuk melakukan promosi melalui berbagai media seperti website dan media sosial untuk memperkenalkan keunggulan dan keunikan Pasar Sentral Malino kepada masyarakat. Menjalin kerjasama dengan organisasi pariwisata serta ikut dalam mempromosikan Pasar Sentral Malino sebagai tujuan belanja dan wisata. Akan tetapi, masih terbatasnya pemahaman dan kemampuan sebagian para pedagang dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif khususnya pemanfaatan teknologi digital. Oleh sebab itu, pemerintah akan melakukan sosialisasi bagaimana penggunaan media sosial dalam pemasaran dan promosi”(Hasil wawancara M pada tanggal 1 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Dinas Perindustrian Dan Perdagangan dapat disimpulkan bahwa, Dinas Perindustrian Dan Perdagangan memiliki peran penting dalam mendukung pemasaran dan promosi Pasar Sentral Malino sebagai salah satu ikon perdagangan di daerah tersebut. Berbagai upaya yang telah dilakukan dan akan terus dikembangkan untuk mengatasi tantangan yang ada demi meningkatkan daya saing dan kunjungan ke Pasar Sentral Malino.

Pernyataan hasil penelitian kepala pasar yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan informan mengatakan bahwa:

“Yaa betul, saya sudah memberitahukan kepada para pedagang untuk menggunakan media sosial dalam proses pemasaran dan promosi. Oleh karena itu, sudah ada beberapa pedagang yang sudah menggunakan media sosial untuk memasarkan dan mempromosikan melalui akun Facebook masing-masing. Akan tetapi, beberapa pedagang tidak menggunakan media sosial dalam pemasaran dan promosi. Hal itu dikarenakan kurangnya pengetahuan dan pedagang lansia.” (Hasil wawancara S pada tanggal 7 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan kepala pasar mengenai pemasaran dan promosi dapat disimpulkan bahwa, pasar sentral sudah ada beberapa yang melakukan promosi dan pemasaran dengan menggunakan media sosial. Selain itu, kurangnya pengetahuan mengenai promosi dan pemasaran serta banyaknya pedagang lansia sehingga beberapa pedagang tidak menggunakan media sosial dalam pemasaran dan promosi.

Pernyataan hasil penelitian pedagang yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan informan mengatakan bahwa :

“Tentu, Di Pasar Pentral Malino kami telah menetapkan beberapa strategi pemasaran dan promosi. Salah satu strategi yang kami terapkan yaitu dengan penggunaan media sosial. Kami aktif dalam membangun kehadiran online kami melalui Facebook. Kami memposting dagangan kami di akun Facebook tersebut. Kami biasanya mengadakan undian untuk melibatkan pengikut kami guna untuk menarik minat mereka untuk mengunjungi pasar atau pun bisa membeli secara online melalui akun Facebook.” (Hasil wawancara J pada tanggal 7 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan pedagang Pasar Sentral Malino, Pasar Sentral Malino telah menerapkan beberapa strategi pemasaran dan promosi, salah satunya dengan penggunaan media sosial khususnya facebook. Para pedagang aktif dalam penggunaan sosial media melalui akun facebook. Hal itu dilakukan dengan cara memposting dagangan produk produk yang tersedia dipasar melalui akun facebook serta mengadakan undian dan promosi yang melibatkan pengikut akun facebook untuk menarik minat mereka mengunjungi pasar atau membeli secara online. Hal itu dapat memperluas jangkauan pemasaran dan promosi produk-produk yang tersedia di pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen atau pengunjung pasar serta dapat mendorong minat dan kunjungan konsumen baik secara offline maupun online.

Selanjutnya adapun penjelasan dari Bapak pedagang pendatang mengenai pemasaran di Pasar Sentral Malino. Adapun yang diungkapkan oleh bapak kepala pasar mengenai pemasaran tersebut:

“Saya akan fokus untuk menyediakan produk-produk berkualitas tinggi kepada pelanggan, melakukan riset pasar untuk memastikan bahwa harga yang saya tawarkan bersaing dengan harga yang ditawarkan oleh pedagang, memberikan pelayanan yang terbaik, mengembangkan dan memperkenalkan produk baru dan

memberikan potongan harga bagi konsumen” (Hasil wawancara A pada tanggal 9 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan pedagang pendatang bahwa, proses persaingan yang mereka lakukan lebih fokus pada kualitas produk, kompetitivitas harga, pelayanan pelanggan yang baik, pengembangan produk, serta memberikan potongan harga kepada konsumen. Dengan strategi ini, pedagang berupaya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, bersaing dengan pedagang lain, dan meningkatkan daya saing bisnis di Pasar Sentral Malino.

#### **4. Penggunaan Teknologi**

Hasil penelitian Pasar Sentral Malino mengenai penggunaan teknologi dari bapak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa mengatakan bahwa:

“Kami menyadari bahwa pentingnya penggunaan teknologi saat ini. Akan tetapi, terbatasnya kemampuan pedagang, pedagang lansia dan keterbatasan infrastruktur digital berdampak di beberapa wilayah yang berdampak pada aksesibilitas. Sudah ada beberapa pedagang yang sudah menggunakan pembayaran digital menggunakan pembayaran QRIS. Upaya dinas dalam membantu yaitu dengan mengembangkan program pelatihan bagi pedagang untuk meningkatkan kemampuan digital pemasaran dan pembayaran digital. (Hasil wawancara M pada tanggal 1 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan mengenai penggunaan teknologi dapat disimpulkan bahwa, Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Gowa berusaha untuk membantu meningkatkan kapabilitas digital para pedagang di Pasar Sentral Malino, sehingga

mereka dapat lebih mudah dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung kegiatan pembayaran dan promosi.

Hasil penelitian pada Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan Kepala Pasar Pak Salam mengatakan bahwa :

“Tidak semua pedagang Pasar Sentral Malino menggunakan teknologi dalam transaksi maupun berdagang di Pasar Sentral Malino. Akan tetapi sebagian besar telah menggunakan sistem pembayaran melalui QRIS, pemesanan online serta promosi digital. Hal itu hanya dilakukan oleh beberapa pedagang saja. Hal itu dikarenakan sebagian pedagang Pasar Sentral Malino sudah berumur lansia dan tidak tahu mengenai teknologi atau biasa disebut handphone.” (Hasil wawancara S pada tanggal 7 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan kepala pasar, bahwa penggunaan teknologi di Pasar Sentral Malino masih belum merata dikalangan para pedagang. Tidak semua pedagang menggunakan teknologi untuk berinteraksi dengan para pembeli atau pengunjung. Hanya sebagian besar pedagang yang telah mengadopsi sistem pembayaran digital melalui QRIS, pemesanan online serta promosi digital. Hal ini disebabkan karena masih banyaknya pedagang yang berusia lanjut (lansia) dan kurangnya pemahaman serta tidak terbiasa Dengan penggunaan teknologi, khususnya handphone. Meskipun sudah banyak pedagang yang menggunakan strategi pemasaran digital, masih terdapat beberapa pedagang terutama lansia yang belum memanfaatkan secara optimal dalam kegiatan berdagang mereka. Hal ini juga menjadi tantangan bagi Pasar Sentral Malino untuk dapat mendorong pemanfaatan teknologi secara lebih merata di antara seluruh pedagang.

Hasil penelitian pada Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan pedagang lansia mengatakan bahwa :

“Tidak, saya tidak menggunakan handphone, karena kurangnya pengetahuan mengenai teknologi serta kurangnya perekonomi, sehingga saya tidak menggunakan teknologi pada saat berdagang.” (Hasil wawancara R pada tanggal 9 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan pedagang pasar, Tidak menggunakan teknologi dalam berdagang di Pasar Sentral Malino bagi sebagian pedagang disebabkan oleh faktor ekonomi, bukan semata-mata karena kurangnya pengetahuan atau keterampilan dalam menggunakan teknologi. Keterbatasan ekonomi menjadi hambatan bagi mereka untuk mengadopsi dan memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas perdagangan.

Sedangkan Hasil penelitian pada Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan pedagang produk ciri khas Malino informan mengatakan bahwa :

“Ya, saya menggunakan teknologi dalam proses pembayaran di lapakan saya. Saya menggunakan QRIS guna memudahkan para wisatawan yang berbelanja dengan membayar menggunakan QRIS”. (Hasil wawancara A pada tanggal 9 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan pedagang pasar, meskipun tidak semua pedagang di Pasar Sentral Malino menggunakan teknologi, ada beberapa pedagang telah mengimplementasikan sistem pembayaran digital QRIS untuk memfasilitasi transaksi yang lebih mudah

bagi wisatawan yang berbelanja di lapak Anda. Hal ini menunjukkan adanya upaya adaptasi teknologi di kalangan pedagang untuk meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan.

Selanjutnya hasil penelitian Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan konsumen mengenai penggunaan teknologi mengatakan bahwa

“Ya,,menurut saya, kehadiran teknologi atau pembelian online telah mengubah pengalaman saya berbelanja di pasar malino. Dengan adanya teknologi, berbelanja di Pasar Sentral Malino menjadi cukup mudah. Sebelumnya berbelanja di Pasar Malino mungkin lebih tradisional dengan interaksi langsung dengan pedagang. Namun dengan adanya teknologi dan pembelian online, saya memiliki banya pilhan dan kemudahan. Saya dapat mengakses produk dengan cepat, membandingkan harga dari berbagai pedagang dan melakukan pembelian tanpa harus berada dipasar secara fisik.”(hasil wawancara S pada tanggal 9 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara bersama informan dapat disimpulkan bahwa kehadiran teknologi atau pembelian online telah mengubahpengalaman konsumen berbelanja di Pasar Sentral Malino. Dengan adanya teknologi, berbelanja di Pasar Malino menjadi cukup mudah. Dengan adanya teknologi dan pembelian online konsumen akan lebih mudah mencari produk dan membandingkan harga dari berbagai pedagang dan melakukan pembelian tanpa harus berada di pasar secara fisik.

## **5. Keamanan dan Kebersihan**

Hasil penelitian pada kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Gowa yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Ma'ruf yang mengatakan bahwa

“Pasar Sentral Malino dulunya semrawut serta parkir yang tidak teratur sampai pemerintah daerah turun langsung ke pasar untuk ikut menertibkan kepala pasar maupun pengelola pasar yang lain untuk senantiasa melakukan kebersihan. Sehingga pada saat ini keamanan bisa saja sekaligus menjadi petugas kebersihan.” (Hasil wawancara M pada tanggal 1 April 2024)

Hasil penelitian pada Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa yang dimana sesuai dengan hasil wawancara dengan kepala pasar, pak Salam mengatakan bahwa :

“Saya akan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menjaga kebersihan dan keamanan pasar. Misalnya, dengan melibatkan para pedagang melakukan kerja bakti untuk melakukan kegiatan bersih-bersih rutin, membentuk kelompok pengawas mandiri, atau melibatkan pengunjung dalam memberikan umpan balik terkait kebersihan dan keamanan pasar. Partisipasi masyarakat akan menciptakan rasa memiliki dan tanggung jawab bersama dalam menjaga pasar tradisional sebagai tempat yang bersih, aman, dan nyaman.” (Hasil wawancara S pada tanggal 7 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan Kepala Pasar, secara garis besar, hal tersebut menekankan bahwa pentingnya partisipasi aktif masyarakat, baik pedagang maupun pengunjung dalam menjaga kebersihan dan keamanan pasar tradisional.

Hasil penelitian Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa yang dimana sesuai dengan konsumen mengatakan bahwa :

“Menurut saya, kebersihan pasar sentral Malino perlu diperhatikan lebih serius. Meskipun ada upaya untuk menjaga kebersihan, saya masih melihat beberapa area yang kurang terawat dengan baik. Misalnya, ada beberapa tempat sampah yang penuh dan terlihat tidak teratur. Saya berharap pihak pengelola pasar dapat melakukan perbaikan yang lebih baik dalam menjaga kebersihan pasar. (Hasil wawancara S pada tanggal 9 April 2024)

Sebagaimana hasil wawancara dengan informan konsumen bahwa, kebersihan Pasar Sentral Malino perlu diperhatikan secara serius oleh pihak pengelola. Adanya beberapa area yang kurang terawat dengan baik, seperti tempat sampah yang penuh dan terlihat tidak teratur. Mereka berharap agar pihak pengelola dapat melakukan perbaikan yang lebih baik dalam menjaga kebersihan pasar.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diidentifikasi terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang di sajikan dalam tabel berikut :

Faktor internal	Faktor eksternal
<p><b>Kekuatan (Strenghts)</b></p> <p>Kebutuhan dan permintaan pasar, lokasi strategis, dukungan pemerintah inovasi dan pemasaran</p>	<p><b>Peluang (Opportunities)</b></p> <p>Bekerja sama dengan instansi terkait dalam, peningkatan kualitas produk, peningkatan pemasaran dan promosi serta peningkatan pariwisata</p>
<p><b>Kelemahan (Weaknesses)</b></p> <p>Infrastruktur kurang memadai, kurangnya kesadaran dan promosi, kurangnya pengelolaan pasar</p>	<p><b>Ancaman (Threats)</b></p> <p>Persaingan yang tinggi, perubahan reperensi konsumen</p>

### C. Martriks SWOT

Analisis *Strenght*, *Weakness Opportunities*, dan *Threats* (SWOT) adalah Analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan dan akan dihadapi oleh perusahaan. Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan-keunggulan lainnya yang berhubungan dengan para pesaing dan kebutuhan pasar. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang menghambat kinerja dari perusahaan, keterbatasan-keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas yang masih memasarkan barang. Peluang adalah situasi dimana posisi dari perusahaan sangat menguntungkan dalam lingkungan industri, identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terabaikan, perubahan pada situasi persaingan atau peraturan, perubahan teknologi, serta membaiknya hubungan pemasok dan pembeli. Ancaman dalam perusahaan adalah situasi dimana posisi dari perusahaan yang sangat tidak menguntungkan dalam lingkungan persaingan. Ancaman merupakan hal yang sangat mengganggu posisi dari perusahaan dan menghambat tujuan perusahaan. Berikut adalah beberapa manfaat dari analisis SWOT :

1. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi strategi pengembangan pasar.
2. Analisis SWOT dapat memahami posisi pasar saat ini, baik kelebihan maupun kelemahannya dibandingkan dengan minimarket.

3. Analisis SWOT penting dalam menentukan langkah-langkah yang di ambil untuk meningkatkan daya saing pasar tradisional.
4. Straregi pengembangan yang tepat, berdasarkan analisis SWOT, dapat meningkatkan kepuasan pedagang.
5. Perbaikan infrastruktur, manajemen, akses permodalan, dan daya saingan dapat mendorong kepuasan pedagang dalam berdagang.
6. Analisis SWOT memberikan gambaran yang jelas tentang situasi pasar saat ini.

Analisis SWOT di lakukan dalam tiga tahap yaitu pengumpulan data, analisis data dan pengambilan keputusan. Model yang digunakan sebagai alat analisis adalah matriks SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*). Langkah-langkah analisis data dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengumpulan Data

Menumpulkan data primer melalui observasi, wawancara kepada pedagang, pembeli, dan pengelola pasar. Mengumpulkan data sekunder melalui dokumentasi terkait pasar. Adapun tujuan dari data tersebut untuk memperoleh informasi yang komperensif mengenai kondisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta kondisi eksternal (peluang dan ancama) yang dihadapi pasar.

#### 2. Analisis Data

Mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eskternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi pasar tradisional.

### 3. Pengambilan keputusan

Mengambil keputusan strategis untuk pengembangan pasar tradisional. Keputusan ini dapat meliputi pengembangan produk baru, peningkatan infrastruktur, peningkatan promosi atau pengembangan kemitraan dengan pihak lain.

Menurut David (2011) Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi: Strategi SO (*Strengths-Opportunities*), Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strengths-Threats*) dan Strategi WT (*Weaknesses-Threats*). Pencocokan yang tepat antara faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan adalah kunci untuk menghasilkan strategi yang efektif.

1. Strategi SO: Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik manfaat dari peluang eksternal.
2. Strategi WO: Memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal
3. Strategi ST: Menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal.
4. Strategi WT: Merupakan taktik defensif yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

**Tabel 4.1**  
**Diagram Matriks**

Internal/eksternal	<b>Kekuatan (Strenghts)</b> Kebutuhan dan permintaan pasar, Lokasi strategis, Dukungan pemerintah, Inovasi dan pemasaran	<b>Kelemahan (Weaknesses)</b> Infrastruktur kurang memadai, kurangnya kesadaran dan promosi, kurangnya pengelolaan pasar
<b>Peluang (Opportunity)</b> Bekerja sama dengan instansi terkait dalam, peningkatan kualitas produk, peningkatan pemasaran dan promosi serta peningkatan pariwisata	<b>Strategi S-O</b> Memanfaatkan kekuatan berupa permintaan pasar, dukungan pemerintah, dan inovasi untuk bekerjasama dengan instansi terkait dalam peningkatan kualitas produk, menggunakan kekuatan kebutuhan permintaan pasar, dan dukungan pemerintah untuk meningkatkan pemasaran dan promosi produk-produk, menggabungkan kekuatan inovasi dengan peluang peningkatan pariwisata untuk mengembangkan produk-produk unik dan menarik bagi wisatawan yang berkunjung ke pasar.	<b>Strategi W-O</b> Bekerja sama dengan instansi terkait untuk meningkatkan infrastruktur di pasar yang kurang memadai untuk mendukung peningkatan kualitas produk dan peningkatan pemasaran dan promosi, memanfaatkan peluang kerjasama dengan instansi terkait untuk meningkatkan kesadaran dan promosi sehingga dapat menarik lebih banyak pengunjung wisatawan, melibatkan instansi terkait dalam pengelolaan pasar yang lebih baik, untuk mendukung upaya peningkatan kualitas produk, pemasaran, promosi, serta pengembangan pariwisata.
<b>Ancaman (Threats)</b> Persaingan dengan minimarket dan perubahan preferensi konsumen	<b>Strategi S-T</b> Memanfaatkan kekuatan kebutuhan dan permintaan pasar, lokasi strategis, serta dukungan pemerintah untuk menghadapi ancaman persaingan dengan minimarket, menggunakan kekuatan inovasi dengan pemasaran yang dimiliki untuk mengantisipasi	<b>Strategi W-T</b> Memprioritaskan peningkatan infrastruktur yang kurang memadai di pasar untuk mengurangi dampak persaingan dengan minimarket yang memiliki fasilitas modern, meningkatkan pengelolaan pasar tradisional yang lebih baik untuk menghadapi

	<p>perubahan preferensi konsumen dan menyesuaikan produk serta strategi jualan di pasar, mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dalam menghadapi persaingan dengan minimarket.</p>	<p>perubahan preferensi konsumen dan mampu bersaing dengan minimarket, melakukan promosi intensif untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan pasar sehingga dapat menarik minat konsumen ditengah persaingan dengan minimarket.</p>
--	---	---

#### D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan dan dengan disajikan berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa informan maka dapat ditemukan bahwa strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang belum sepenuhnya optimal terlepas dari beberapa hal yang menjadi Kekurangan ataupun kelebihan yang dimiliki. Hal itu dikarenakan masih kurang terstrukturnya pengelolaan-pengelolaan pasar sehingga perkembangan terhadap kepuasan pelanggan masih kurang optimal.

##### 1. Pembinaan dan Penataan Fisik

Pada aspek pembinaan dan penataan fisik di Pasar Sentral Malino masih belum efektif dan masih banyak yang perlu untuk di benahi. Keadaan pasar pada saat ini termasuk tata letak, bangunan area parkir dan fasilitas lainnya masih perlu untuk di perbaiki atau di benahi. Banyaknya pedagang yang tidak menempati kios-kios yang berada di dalam pasar dan lebih ingin berjualan di area parkir sehingga mengakibatkan terjadinya

kemacetan. Selain itu kurangnya fasilitas dan tidak teraturnya tata letak pasar serta bangunan pasar yang membutuhkan perbaikan.

Langkah-langkah atau strategi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Dan Perdagangan yaitu dengan menata ulang tata letak pasar, pemilihan desain, penataan ruangan, pemilihan bahan sesuai kebutuhan pasar serta memberikan dan memperbaiki berbagai fasilitas dipasar tersebut. Untuk meningkatkan kepuasan pedagang pemerintah berencana untuk memindahkan sejumlah pedagang yang ada di parkiran masuk berdagang dan menempati kios-kios yang berada di dalam pasar tersebut. Dengan meningkatkan fasilitas dan penataan ini akan menambah daya tarik pasar, peningkatan kunjungan pelanggan dan dapat meningkatkan pendapatan penjualan serta meningkatkan kepuasan pedagang. Hal ini juga dapat meningkatkan reputasi Pasar Sentral Malino sebagai destinasi tempat berbelanja yang menarik dan nyaman, serta memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kualitas hidup bagi masyarakat.

Adapun faktor-faktor yang mendukung dalam pembenahan dan penataan fisik pasar yaitu tentunya dukungan pemerintah, partisipasi pedagang dan keterlibatan masyarakat setempat. Sedangkan faktor penghambat dalam pengembangan pasar tersebut yaitu belum adanya anggaran dana dari pemerintah untuk meningkatkan fasilitas serta sarana dan prasarana pasar. Bukan hanya pembenahan fisik dengan aspek lain,

pengembangan sumber daya manusia serta pengelolaan kebersihan juga ditingkatkan. Strategi

## **2. Pengembangan Produk**

Dinas Perdagangan Dan Perindustrian memberikan perhatian khusus pada peningkatan kualitas dan inovasi serta promosi produk lokal agar dapat semakin dikenal dikalangan masyarakat. Dinas Perindustrian dan Perdagangan menyarankan kepada para pedagang produk lokal untuk lebih meningkatkan kualitas produk agar lebih menarik bagi wisatawan.

Para Pedagang sudah menerapkan beberapa strategi tersebut untuk mempromosikan dan meningkatkan daya saing produk tentang dan dodol produk khas Malino. Dengan meningkatkan kualitas bahannya. Pedagang lokal menggunakan bahan yang berkualitas tinggi seperti menggunakan gula merah, beras ketan dan kacang tanah yang sudah dipilih dengan baik kualitas dari bahan tersebut.

Persaingan produk serupa yang ada di pasar sangat pesat, hal itu menjadi celah atau segmen pasar yang dapat diisi oleh produk baru. Strategi pengembangan untuk mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang ada di pasar yaitu dengan mengembangkan berbagi makanan atau minuman khas yang ada di Malino serta membuat produk lokal baru untuk lebih meningkatkan produk khas Pasar Sentral Malino. Dengan meningkatkan daya tarik produk serta nilai tambah yang di tawarkan, pelanggan akan merasa lebih puas sehingga produk cirikhas Malino memiliki peningkatan minat berbelanja di pasar tersebut.

### 3. Pemasaran dan Promosi

Dinas Perindustrian Dan Perdagangan memiliki peran penting dalam hal mendukung pemasaran dan promosi Pasar Sentral Malino sebagai salah satu objek perdagangan di daerah tersebut. Oleh sebab itu, proses persaingan yang mereka lakukan lebih fokus pada kualitas produk, harga, pelayanan pelanggan dan pengembangan produk.

Adapun peluang yang dapat di manfaatkan oleh pedagang lapakan dalam meningkatkan pemasaran yaitu dengan bekerja sama dengan teknologi digital untuk mencapai konsumen yang lebih luas. Pedagang lapakan sayuran sayuran dapat meningkatkan daya tarik dengan menawarkan variasi produk segar dan berkualitas tinggi. Mereka dapat mempertimbangkan untuk menampilkan sayuran organik, sayuran langka atau menghadirkan pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Selain itu, pedagang harus memastikan sayuran yang ditawarkan segar, bebas cacat dan memiliki masa simpan yang baik. Hal ini memberikan kesan positif kepada konsumen tentang kualitas produk yang akan dijual dan akan menambah daya tarik para pembeli.

Pedagang lapakan umumnya menjual produk-produk yang bersifat fisik seperti pakaian, peralatan rumah tangga serta hasil pertanian. Pedagang lapakan umumnya memiliki kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran dan promosi, seperti keterbatasan sumber daya, pengetahuan pemasaran serta akses alat promosi. Maka dari itu, pedagang perlu mendapatkan sosialisasi mengenai pentingnya penggunaan teknologi

dalam pemasaran dan promosi. Peluang pemasaran yang dapat di manfaatkan oleh pedagang lapakan di Pasar Sentral Malino yaitu dengan berdasarkan tren konsumen dan kebutuhan pasar. persaingan diantara pedagang lapakan dapat diidentifikasi dari celah pasar yang dapat diisi melalui strategi pemasaran dan promosi. Selain itu, para pedagang juga banyak melakukan import barang hingga keluar daerah. Barang yang diimport tersebut biasanya berupa sayuran dan produk lokal khas Malino.

Pedagang lapakan di Pasar Sentral Malino yang mengincar wisatawan memiliki fokus pada produk dan layanan yang menarik bagi para wisatawan yang mengunjungi Malino. Mereka biasanya menawarkan oleh-oleh khas daerah, seperti makanan tradisional, kerajinan tangan, atau produk-produk yang terkait dengan atraksi wisata di sekitar Malino. Tidak hanya itu Pasar Sentral Malino tidak hanya menawarkan produk khas saja, akan tetapi sayur-sayuran Malino terkenal dengan kesegarannya sehingga banyak dimijnati oleh para wisatawan. Strategi pemasaran mereka akan difokuskan pada daya tarik wisatawan, seperti promosi melalui brosur di objek wisata, kerjasama dengan agen perjalanan, atau pemasaran online yang ditargetkan kepada calon wisatawan.

Pedagang lapakan juga mengincar pengunjung akhir pekan yang datang ke Malino untuk berlibur atau menghabiskan waktu bersama keluarga. Mereka akan menawarkan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan dan minat pengunjung akhir pekan, seperti makanan ringan, mainan anak-anak, atau pakaian santai. Strategi pemasaran dapat meliputi

promosi diskon khusus pada hari-hari akhir pekan, kegiatan menarik untuk anak-anak, atau penawaran paket liburan yang menarik bagi keluarga. Selain itu, pedagang lapakan di Pasar Sentral Malino juga mengincar masyarakat sekitar sebagai target pasar mereka. Mereka akan menawarkan produk-produk sehari-hari dan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar, seperti bahan makanan segar, pakaian, atau kebutuhan rumah tangga. Strategi pemasaran mereka akan berfokus pada kenyamanan dan kepraktisan, seperti promosi harga kompetitif, penawaran khusus untuk pelanggan setia, atau layanan pengiriman ke rumah dalam radius tertentu.

Pedagang lapakan dapat memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook untuk mempromosikan produk mereka. Dengan mengaktifkan kehadiran online, mereka dapat berinteraksi langsung dengan konsumen potensial, membagikan konten menarik tentang produk mereka untuk memberikan informasi tentang promo ataupun diskon khusus. Melalui kegiatan ini, pedagang lapakan dapat membangun kesadaran mereka di kalangan pengguna media sosial yang merupakan target pasar mereka. Tanggapan pembeli terhadap strategi pemasaran dengan memberikan diskon atau potongan harga akan mendorong untuk kembali berbelanja kepedagang tersebut. Hal itu di karenakan pedagang tersebut memberikan diskon yang berbeda dengan penjual yang lainnya. Adapun hambatan dan kendala yang di hadapi oleh pedagang lapakan

dalam melakukan pemasaran di pasar sentral Malino yaitu, keterbatasan sumber daya, persaingan yang ketat dan perubahan pola konsumsi.

Sedangkan pedagang lapakan berbagai macam pakaian dan aksesoris lainnya dapan memperhatikan fren fashion terkini dan menawarkan koleksi pakaian yang stylish dan update. Mereka dapat memilih bahan yang berkualitas, menghadirkan desain yang menarik dan memperhatikan variasiukuran untuk memenuhi kebutuhan beragam konsumen. Selain itu, pada pakaian di pastikan kualitas bahan,jahitan yang rapih serta memperhatikan setiap detailnya. Produk yang berkualitas tinggi akan meningkatkan citra merekdan membuat konsumen merasa puas dengan pembelian mereka.

Untuk menambah daya tarik wisatawan ataupun konsumen lainnya pedagang perlu memperhatikan tata letak penataan produk untuk menambah daya tarik konsumen. Selain itu pedagang lapakan juga bisa bekerja sama dengan tempat makan ataupun cafe untuk memasok sayuran segar. Kemitraan semacam ini dapat memperluas jangkauan pasar.

Pedagang juga perlu memberikan pelayanan yang ramah, responsif dan profesional kepada pelanggan. menjang komunikasi dengan baik dan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan akan menciptakan hubungan positif dengan konsumen dan meningkatkan daya tari masyarakat.

#### **4. Penggunaan Teknologi**

Dinas Perindustrian Dan Perdagangan mengatakan bahwa penggunaan teknologi sangatlah penting dimasa sekarang ini. Untuk mempermudah proses transaksi penjualan barang/produk ataupun transaksi pembayaran digital. Dinas menyarankan pedagang untuk menerapkan proses pembelian atau pembayaran menggunakan aplikasi digital. Dengan menggunakan teknologi aplikasi digital dalam melakukan transaksi, dapat mempermudah pembayaran ataupun pembelian. Untuk saat ini, sudah ada beberapa pedagang yang sudah menggunakan teknologi pembayaran digital. Hal itu dapat mempermudah transaksi bagi konsumen atau wisatawan.

Penggunaan teknologi di pasar tersebut dapat membawa manfaat signifikan bagi peningkatan efisiensi dan kenyamanan bagi semua pihak yang terlibat, baik para pedagang maupun konsumen. Penerapan sistem pembayaran digital seperti pembayaran menggunakan aplikasi e-wallet dapat mempercepat proses transaksi di pasar.

Pedagang dapat menerima pembayaran secara elektronik, mengurangi ketergantungan pada uang tunai, dan mempercepat waktu pembayaran. Memastikan keberadaan koneksi internet yang andal di Pasar Sentral Malino sangat penting. Dengan adanya akses internet yang stabil, pedagang dapat memanfaatkannya untuk berbagai keperluan, seperti memperbarui stok barang, berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial, atau bahkan menjalankan toko online. Pemasaran melalui platform digital seperti media sosial, situs web, atau aplikasi seluler dapat

membantu pedagang di Pasar Sentral Malino untuk mencapai lebih banyak konsumen potensial. Dengan memanfaatkan teknologi ini, pedagang dapat mempromosikan produk mereka, memberikan informasi tentang penawaran khusus, atau bahkan menjalankan program loyalitas pelanggan. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan teknologi di Pasar Sentral Malino harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pedagang serta kondisi infrastruktur yang ada. Dalam menerapkan teknologi, perlu dilakukan sosialisasi dan pelatihan kepada pedagang agar mereka dapat memanfaatkannya dengan baik. Selain itu, perlu juga mempertimbangkan aspek keamanan data dan privasi dalam penggunaan teknologi di pasar.

#### **5. Keamanan dan Kebersihan**

Pasar Sentral Malino merupakan pusat perbelanjaan dan perdagangan yang penting bagi masyarakat di sekitar wilayah tersebut. Untuk menjaga kebersihan dan keamanan di pasar tersebut, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dan diterapkan. Pengelola pasar perlu menjaga kebersihan lingkungan pasar secara rutin, termasuk area parkir, ruang publik, dan toilet umum. Ini bisa meliputi kegiatan pembersihan, pengangkutan sampah yang teratur, dan pengelolaan limbah yang baik. Masyarakat pengunjung dan pedagang pasar juga memiliki peran penting dalam menjaga kebersihan. Perlu adanya sosialisasi kepada pengunjung mengenai pentingnya membuang sampah pada tempatnya dan menjaga kebersihan selama berada di pasar. Selain kebersihan lingkungan pasar, pengelola pasar juga perlu memperhatikan kebersihan makanan maupun

sayur kesehatan sayur-sayuran yang dijual di pasar sentral Malino. Dalam pasar, terdapat berbagai pedagang makanan. Penting untuk menjaga kebersihan dan keamanan makanan yang dijual agar terhindar dari kontaminasi dan penyakit.

Kepala pasar dapat mengawasi dan memberikan edukasi kepada pedagang mengenai praktik sanitasi yang baik, seperti mencuci tangan sebelum mempersiapkan makanan, memastikan bahan makanan segar, serta menyimpan dan mengolah makanan dengan benar. Diperlukan pengawasan rutin dari instansi terkait untuk memastikan pedagang makanan di Pasar Sentral Malino mematuhi standar kebersihan dan keamanan makanan yang berlaku. Keamanan fisik di pasar harus dijaga agar pengunjung dan pedagang merasa aman saat beraktivitas di pasar. Ini meliputi kehadiran petugas keamanan yang terlatih, pemasangan CCTV, dan penerapan sistem pengawasan yang efektif. Perlu adanya kerjasama antara pihak kepolisian, petugas keamanan, dan pengelola pasar untuk meningkatkan keamanan dan penegakan hukum di pasar tersebut.

Pengelola pasar perlu menyediakan fasilitas pelayanan yang memadai untuk masyarakat, seperti toilet umum yang bersih, tempat istirahat, dan fasilitas kesehatan yang terdekat. Ketersediaan fasilitas yang memadai akan meningkatkan kenyamanan dan keamanan pengunjung serta mempengaruhi citra pasar. Penting untuk melibatkan seluruh pemangku kepentingan, termasuk kepala pasar, pedagang, masyarakat pengunjung, dan instansi terkait, dalam upaya menjaga kebersihan dan

keamanan di Pasar Sentral Malino. Dengan upaya bersama dan kesadaran yang tinggi, pasar dapat menjadi tempat yang nyaman, bersih, dan aman bagi semua pihak yang terlibat.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

Dari hasil penelitian dan pembahasan terkait Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Studi Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

#### **A. Kesimpulan**

1. Penataan infrastruktur, menunjukkan bahwa dinas perindustrian dan perdagangan serta pengelola pasar sudah berupaya untuk meningkatkan fasilitas pasar. Pasar Sentral Malino membutuhkan pembenahan dan penataan fisik yang efektif. Masalah yang perlu diatasi meliputi tata letak, area parkir, dan fasilitas pasar. Strategi yang diusulkan mencakup penataan ulang tata letak, pemilihan desain yang sesuai, peningkatan fasilitas, dan pemindahan pedagang ke kios-kios yang ada di dalam pasar. Dukungan pemerintah, partisipasi pedagang, dan keterlibatan masyarakat setempat merupakan faktor penting dalam pembenahan pasar. Kendala yang mungkin dihadapi adalah keterbatasan anggaran, namun pemerintah telah mengajukan proposal untuk mengatasi hal tersebut. Dengan pembenahan dan penataan yang baik, pasar Sentral Malino dapat menjadi tempat yang menarik, nyaman, dan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi lokal dan kualitas hidup masyarakat.

2. Pengembangan Produk lokal, Dinas Perdagangan dan Perindustrian memberikan perhatian khusus untuk meningkatkan kualitas, inovasi, dan promosi produk lokal agar semakin dikenal masyarakat. Para pedagang produk lokal sudah menerapkan strategi untuk meningkatkan kualitas bahan baku dan mempromosikan produk tentang dan dodol khas Malino. Produk lokal yang tersedia di pasar saat ini di Malino mencakup berbagai makanan, minuman, dan sayuran yang berkualitas dan beragam. Sedangkan produk yang paling digemari oleh wisatawan adalah tentang dan dodol. Persaingan produk serupa yang semakin ketat menjadi peluang untuk mengembangkan produk baru atau meningkatkan produk yang ada di pasar.

Strategi pengembangan yang disarankan adalah mengembangkan aneka makanan dan minuman khas Malino serta membuat produk lokal baru untuk meningkatkan ciri khas Pasar Sentral Malino. Upaya meningkatkan daya tarik dan nilai tambah produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan minat berbelanja di pasar tersebut. Dengan demikian, pengembangan produk lokal yang berkualitas dan berciri khas Malino menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan menarik minat wisatawan di Pasar Sentral Malino.

3. Pemasaran dan promosi, Dinas perindustrian Dan perdagangan menyarankan kepada pedagang untuk menggunakan teknologi dalam melakukan pemasaran dan promosi. Pedagang lapangan dapat memanfaatkan platform media sosial seperti Facebook untuk

mempromosikan produk mereka, berinteraksi dengan konsumen potensial, dan membangun kesadaran merek. Oleh sebab itu, beberapa pedagang sudah menggunakan teknologi tersebut dalam pemasaran dan promosi mereka.

Selain itu, pedagang lapakan dapat meningkatkan daya tarik dengan menawarkan variasi produk segar dan berkualitas tinggi, seperti sayuran organik, sayuran langka, atau pilihan yang beragam untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Pedagang lapakan dapat menyasar berbagai segmen pasar, seperti wisatawan, pengunjung akhir pekan, dan masyarakat sekitar, dengan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan minat masing-masing segmen. Pedagang lapakan dapat memanfaatkan berbagai strategi promosi, seperti diskon khusus, kegiatan menarik untuk anak-anak, penawaran paket liburan, dan layanan pengiriman ke rumah. Pedagang lapakan dapat bekerjasama dengan tempat makan atau café untuk memasok sayuran segar, memperluas jangkauan pasar.

Pedagang lapakan perlu memberikan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional kepada pelanggan, serta menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan untuk membangun hubungan positif dengan konsumen. Dengan memanfaatkan peluang-peluang tersebut dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat, pedagang lapakan di Pasar Sentral Malino dapat meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pemasaran mereka.

4. Penggunaan teknologi, Penggunaan teknologi saat ini sangat penting, terutama untuk mempermudah proses transaksi penjualan dan pembayaran digital di Pasar Sentral Malino. Dinas Perindustrian Dan Perdagangan menyarankan beberapa pedagang untuk menerapkan proses pembelian atau pembayaran menggunakan aplikasi digital. Saat ini, sudah ada beberapa pedagang di Pasar Sentral Malino yang telah menggunakan teknologi pembayaran digital, seperti aplikasi e-wallet. Hal ini dapat mempermudah transaksi bagi konsumen dan wisatawan.

Penerapan teknologi pembayaran digital dan pemanfaatan koneksi internet yang stabil di Pasar Sentral Malino dapat membawa manfaat signifikan, seperti: meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi pedagang dan konsumen, mengurangi ketergantungan pada uang tunai dan mempercepat waktu pembayaran, memungkinkan pedagang untuk memperbarui stok, berinteraksi dengan pelanggan, dan menjalankan toko online, membantu pedagang dalam memasarkan produk melalui platform digital. Namun, penggunaan teknologi di Pasar Sentral Malino harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan pedagang, serta kondisi infrastruktur yang ada. Perlu ada sosialisasi dan pelatihan bagi pedagang agar dapat memanfaatkan teknologi dengan baik.

Aspek keamanan data dan privasi juga perlu dipertimbangkan dalam penggunaan teknologi di pasar. Penerapan teknologi digital di Pasar Sentral Malino memiliki potensi untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan bagi semua pihak yang terlibat, namun harus dilakukan

dengan pertimbangan yang matang dan pelatihan yang memadai bagi pedagang.

5. Keamanan dan kebersihan, pentingnya menjaga kebersihan dan keamanan di Pasar Sentral Malino melibatkan pengelola pasar, pedagang, masyarakat pengunjung, dan instansi terkait. Hal-hal yang perlu diperhatikan meliputi pembersihan lingkungan, pengelolaan sampah, kebersihan makanan, dan keamanan fisik. Sosialisasi, pengawasan, dan kerjasama antarpihak penting untuk mencapai tujuan tersebut. Fasilitas pelayanan yang memadai juga perlu disediakan. Dengan menjaga kebersihan dan keamanan, pasar dapat menjadi tempat yang nyaman, bersih, dan aman bagi semua pihak.

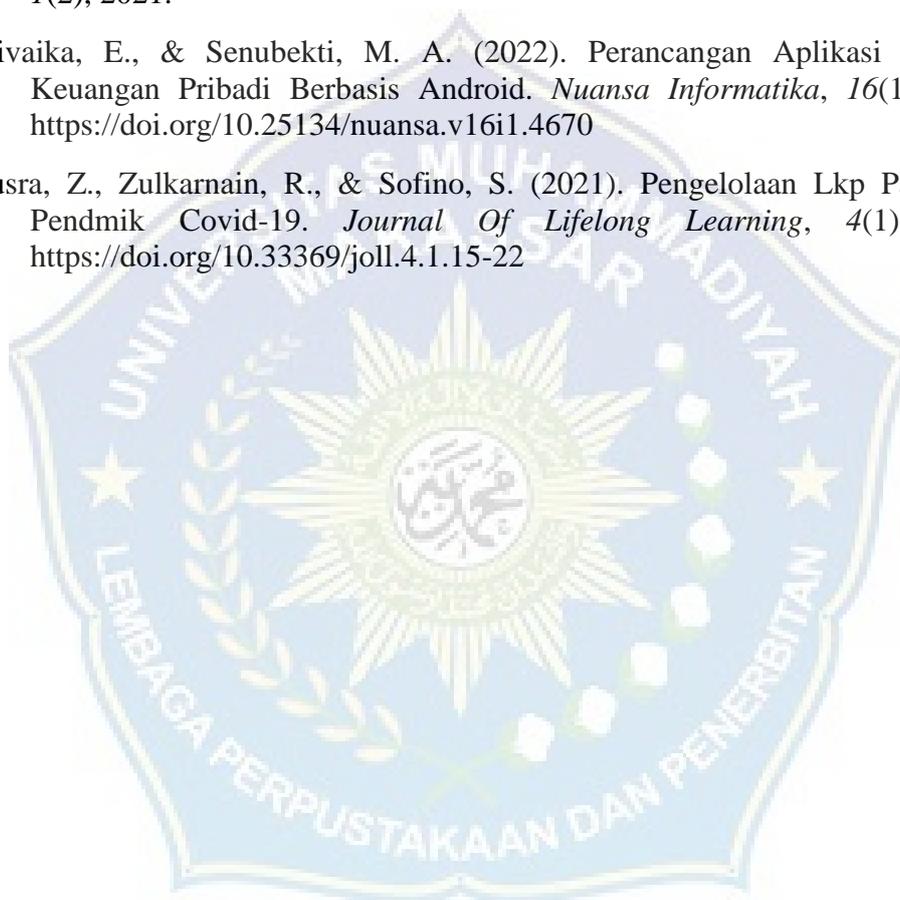
#### **B. Saran**

1. Untuk meningkatkan kepuasan pedagang dan konsumen, pemerintah sebaiknya lebih meningkatkan fasilitas di Pasar Sentral Malino
2. Bagi peneliti hendaknya lebih meningkatkan penelitian lebih luas lagi agar hasil penelitiannya dijadikan acuan sebagai bahan intropeksi bagi lembaga agar kebijakannya menuju kepada kesejahteraan umat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayumsari, R. (2022). Peran Dokumentasi Informasi Terhadap Keberlangsungan Kegiatan Organisasi Mahasiswa. *Tibannbaru: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 6(1), 63–78. <https://doi.org/10.30742/tb.v6i1.2044>
- Belshaw, C. S. (2007). *Tukar MENUKAR DI PASAR TRADISIONAL DAN PASAR MODERN*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Gowa, pd pasar. (2016). *Perda-Nomor-6-Tahun-2016-Ttg-Pengelolaan-Pasar-Tradisional*.
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Helwig, N. E., Hong, S., & Hsiao-wecksler, E. T. (2017). *strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang menurut perspektif ekonomi islam*.
- Kerja, T., Kota, D. I., & Aceh, B. (2017). *h M ah lmia a. 2*, 737–763.
- Latifah, H., & Amir, R. (2022). Implementasi Perda Kabupaten Gowa No. 6 Tahun 2016 Tentang Pengelolaan Pasar Tradisional Perspektif Siyasa Syar'iyah. *Siyasatuna: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Siyasa Syar'iyah*, 3(1), 74–84.
- Lestari, R. P. (2019). *STRATEGI PENGEMBANGAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PEDAGANG (STUDI KASUS PASAR BARU STABAT) SKRIPSI Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Islam*.
- M. Ismail Yusanto, M. A. Y. (2016). *PENGANTAR EKONOMI ISLAM. 01*, 1–23.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Nugroho, B. A. A., & Nurcahyanto, H. (2016). Strategi pengembangan pasar tradisional di kota semarang. *Journal of Public Policy and Management Review*, 5(1), 187–198.
- Pratiwi, nuning. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1, 213–214.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin. 17(33)*, 81–95.

- Sakur. (2020). Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Bundeg Desa Durin Timur Konang Bangkalan Tahun 2020. *Skripsi*.
- Sri Purwati. (2013). *Teknik Pengumpulan Data (Observasi)*. 115–116. <http://repository.upi.edu>
- Timpal, E. T. V, Pati, A. B., & Pangemanan, F. (n.d.). Strategi Camat Dalam Meningkatkan Perangkat Desa di Bidang Teknologi Informasi di Kecamatan Ratahan Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *JURNAL GOVERNANCE*, 1(2), 2021.
- Trivaika, E., & Senubekti, M. A. (2022). Perancangan Aplikasi Pengelola Keuangan Pribadi Berbasis Android. *Nuansa Informatika*, 16(1), 33–40. <https://doi.org/10.25134/nuansa.v16i1.4670>
- Yusra, Z., Zulkarnain, R., & Sofino, S. (2021). Pengelolaan Lkp Pada Masa Pendmik Covid-19. *Journal Of Lifelong Learning*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33369/joll.4.1.15-22>





# LAMPIRAN



**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN  
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Jl. Bougenville No.5 Telp. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
Website : <http://simap-new.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
Makassar 90231

Nomor	: <b>4804/S.01/PTSP/2024</b>	<b>Kepada Yth.</b>
Lampiran	: -	Bupati Gowa
Perihal	: <b><u>Izin penelitian</u></b>	

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Ketua LP3M UNISMUH Makassar Nomor : 3742/05/c.4-VIII/II/1445/2024 tanggal 26 Februari 2024 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a	: <b>WIWI ARWININGSI</b>
Nomor Pokok	: 105611104920
Program Studi	: Ilmu administrasi negara
Pekerjaan/Lembaga	: Mahasiswa (S1)
Alamat	: Jl. Slt Alauddin No. 259 Makassar

PROVINSI SULAWESI SELATAN

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka menyusun SKRIPSI, dengan judul :

**" Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang ( studi pasar sentral Malino kecamatan tinggimoncong kabupaten Gowa ) "**

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **29 Februari s.d 29 April 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
Pada Tanggal 29 Februari 2024

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU  
SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**



**ASRUL SANI, S.H., M.Si.**  
Pangkat : PEMBINA TINGKAT I  
Nip : 19750321 200312 1 008

Tembusan Yth  
1. Ketua LP3M UNISMUH Makassar di Makassar,  
2. *Pertinggal.*



**PEMERINTAH KABUPATEN GOWA**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Alamat Jl. Masjid Raya No. 38 Tlp. 0411-887188 Sungguminasa 92111 Website: dpmptsp.gowakab.go.id email  
 perizinan.kab.gowa@gmail.com

Nomor : 503/311/DPM-PTSP/PENELITIAN/IV/2024  
 Lampiran :  
 Perihal : **Surat Keterangan Penelitian**

**KepadaYth.**  
 Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten  
 Gowa

di-  
**Tempat**

Berdasarkan Surat Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sul-Sel Nomor: 4804/S.01/PTSP/2024 tanggal 29 Februari 2024 tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan kepada saudara bahwa yang tersebut di bawah ini:

Nama : **WIVI ARWININGSI**  
 Tempat/Tanggal Lahir : Batulapisi / 2 Desember 2003  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Nomor Pokok : 105611104920  
 Program Studi : Ilmu administrasi negara  
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa  
 Alamat : Batulapisi Malino Kecamatan Tinggimonocong Kabupaten Gowa

Bermaksud akan mengadakan Penelitian/Pengumpulan Data dalam rangka penyelesaian Skripsi/Tesis/Disertasi/Lembaga di wilayah/tempat Bapak/Ibu yang berjudul :

**"Strategi pengembangan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang ( studi: Pasar sentral Malino Kecamatan Tinggimonocong kabupaten Gowa)"**

Selama : 29 Februari 2024 s/d 29 April 2024  
 Pengikut :

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum melaksanakan kegiatan kepada yang bersangkutan harus melapor kepada Bupati Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab.Gowa;
2. **Penelitian** tidak menyimpang dari surat yang diberikan ;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Surat Keterangan akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat keterangan ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian disampaikan dan untuk lancarnya pelaksanaan dimaksud diharapkan bantuan seperlunya.

Diterbitkan di Sungguminasa, tanggal : 1 April 2024

Ditandatangani secara elektronik Oleh:  
**a.n. Bupati Gowa**  
 Kepala DPMPTSP Kabupaten Gowa,



**HINDRA SETIAWAN ABBAS, S.Sos.M.Si**  
 Pangkat : Pembina Utama Muda  
 Nip : 19721026 199303 1 003

- Tembusan Yth:
1. Bupati Gowa (sebagai laporan)
  2. Ketua LP3M UNISMUH Makassar
  3. Arsip





**Universitas  
Muhammadiyah  
Makassar**  
Integrity - Professionalism - Entrepreneurship

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
Faculty of Social and Political Sciences

Menara Iqra Lantai 3 - Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221  
Telp: (0411) 866 972 Fax: (0411) 865 588  
Official Email : fsiip@unismuh.ac.id  
Official Web : https://fisiip.unismuh.ac.id

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**PEMBIMBING PENULISAN SKRIPSI**

Nomor : 2547/FSP/A.5-VI/X/1445/2023

Berdasarkan usulan judul penulisan skripsi mahasiswa tentang rencana judul dan susunan pembimbing mahasiswa dan telah disetujui Ketua Jurusan. Dengan ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unismuh Makassar menugaskan pengajar yang namanya tersebut di bawah ini sebagai pembimbing penulisan skripsi saudara :

**N a m a** : Wiwi Arwiningsi  
**Stambuk** : 105611104920  
**J u r u s a n** : Ilmu Administrasi Negara

Dengan Rencana Judul Skripsi :

*"Strategi Pengembangan Pasar Tradisional dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Malino Kecamatan Tinggimancang Kabupaten Gowa)"*

**Pembimbing I** : Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.Si  
**Pembimbing II** : Muhammad Ranihy Akbar, S.IP., M.Si

Tugas ini hendaknya dilaksanakan secara sistematis, berkesinambungan dan bertanggungjawab, serta dilakukan evaluasi secara berkala tentang kemajuan dan Hasil penulisan yang telah dicapai.

**Di tetapkan** : di Makassar  
**Pada tanggal** : 06 Oktober 2023

Dekan

  
**Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos., M.Si**  
NBM. 730 727

**Tembusan Kepada yth :**

1. Pembimbing I
2. Pembimbing II
3. Ketua Jurusan
4. Mahasiswa yang bersangkutan
5. Arsip

Lampiran Surat Keputusan:  
 Nomor : 0270/FSWA.4-IV/43/2024  
 Tanggal : 29 Mei 2024

Susunan Tim Penguji Ujian Tutup Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Negara  
 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar  
 Hari Kamis, 30 Mei 2024 Jam : 13.30 - Selesai Wita

NO	STAMBUK	NAMA MAHASISWA	JUR	JUDUL SKRIPSI	KONSULTAN	PENGUJI
1	10561 11049 20	Wwi Arwiningsi		Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi: Pasar Sentral Kalino Kecamatan Tinggimonecong Kabupaten Gowa)	1. Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.SI 2. Muhammad Bandhy A.S.P., M.SI	1. Drs. Ansyari Mone M, Pd(ketua) 2. Dr. Nuryanti Mustari, S.IP., M.SI
2	10561 11036 20	Risnawati		Efektifitas Kinerja Pegawai Dalam Pelayanan Publik Di Kantor Kelurahan Tanuntung Kecamatan Herliang Kabupaten Bulukumba	1. Drs. Ansyari Mone M, Pd 2. Dr. Hafiz Elfanisya Parawu, M. SI	3. Dr. Hafiz Elfanisya Parawu, M. SI 4. Nurbiyah Tahir, S.Soc., M.AP
	10561 11227 17	Indra Kurniawan		Aplikasi Sistem Informasi Kesejahteraan Sosial NEXT GENERATION (SIKS-NG) di Dinas Sosial Kabupaten Luwu Timur	1. Nurbiyah Tahir, S.Soc., M.AP 2. Nur Khaerah, S.IP., M.IP	

Makassar, 29 Mei 2024  
 Dekan,  
  
 Dr. H. Ibrahim Malik, S.Soc., M.SI  
 NBM : 730727



**Universitas  
Muhammadiyah  
Makassar**  
Hegny - Professionalism - Entrepreneurship

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
Faculty of Social and Political Sciences  
Menara Iqra Lantai 5 - Jalan Sultan Alauddin No. 259 Makassar 90221  
Telp: (0411) 866 972 Fax: (0411) 865 588  
Official Email: [info@unismuh.ac.id](mailto:info@unismuh.ac.id)  
Official Web: <https://6ip.unismuh.ac.id>

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
Nomor : 0220/FSP/A.4-II/I/45/2024

**Tentang**  
**PENGANGKATAN DOSEN PENGUJI PADA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI**  
**DI LINGKUNGAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**  
**TAHUN AKADEMIK 2023/2024**

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unismuh Makassar setelah :

**MENIMBANG** : Bahwa untuk memperlancar pelaksanaan ujian seminar proposal skripsi mahasiswa program studi Ilmu Administrasi Negara dipandang perlu untuk mengangkat dosen penguji.

**MENINGGAT** : 1. Qaidah Perguruan Tinggi Muhammadiyah  
2. Statuta dan Anggaran Rumah Tangga Unismuh Makassar

**MEMPERHATIKAN** : Pengusulan dosen penguji pada Jurusan Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

**M E M U T U S K A N**

**MENETAPKAN** :

Pertama : Mengangkat dosen sebagai penguji seminar proposal skripsi pada sebagaimana yang terlampir pada surat keputusan ini.

Kedua : Segala sesuatu yang berkenaan dengan Surat Keputusan ini diatur oleh Pimpinan Fakultas.

Ketiga : Surat keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkannya dan berakhir setelah selesai ujian seminar proposal skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Keempat : Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini, maka Insya Allah akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

*Jazaakumullahu Khaeran Katsiran*

Ditetapkan di : Makassar  
Tanggal : 22 Januari 2024 M  
**Dekan,**



**Dr. Hj. Ihyani Malik, S.Sos, M.Si**  
NBM : 730727

**Tembusan :**  
1. Dosen yang bersangkutan.  
2. Arsip.



Kemajuan Untuk Bangsa dan Ummat Manusia  
Progress for the Nation and Humankind

Ilmu Administrasi Negara - Ilmu Pemerintahan - Ilmu Komunikasi  
Public Administration - Government Studies - Communication Science

 Dipindai dengan CamScanner





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN**

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin No.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT**

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,  
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Wiwi Arwiningsi

Nim : 105611104920

Program Studi : Ilmu Administrasi Negara

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	4 %	10 %
2	Bab 2	8 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	3 %	10 %
5	Bab 5	5 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT- Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 28 Mei 2024

Mengetahui,

Kepala UPT- Perpustakaan dan Penerbitan,



Jl. Sultan Alauddin no 259 makassar 90222  
Telepon (0411)866972,881 593, fax (0411)865 588  
Website: [www.library.unismuh.ac.id](http://www.library.unismuh.ac.id)  
E-mail : [perpustakaan@unismuh.ac.id](mailto:perpustakaan@unismuh.ac.id)

## Wiwi Arwiningsi 105611104920 Bab I

### ORIGINALITY REPORT

<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>journal.uinjkt.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>aghhlm.wordpress.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repository.radenfatah.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>4</b>	<b>www.slideshare.net</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>5</b>	<b>id.scribd.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>myblogkerubungsemut.blogspot.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

Exclude quotes  Off

Exclude matches  Off

Exclude bibliography  Off

## Wiwi Arwiningsi 105611104920 Bab II

### ORIGINALITY REPORT

**8%**

SIMILARITY INDEX

**7%**

INTERNET SOURCES

**0%**

PUBLICATIONS

**3%**

STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

1	repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%
2	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Clarkston Community Schools Student Paper	1%
4	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1%
5	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
6	core.ac.uk Internet Source	1%
7	Submitted to stipram Student Paper	<1%
8	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1%
9	home-care-bandung.blogspot.com Internet Source	<1%

iwi Arwiningsi 105611104920 Bab III

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to University of Wollongong

Student Paper

2%

2

Submitted to Brigham Young University

Student Paper

2%

3

www.jipb.stpbipress.id

Internet Source

2%

4

Submitted to IAIN Bengkulu

Student Paper

2%

Exclude quotes  Off

Exclude matches  < 2

Exclude bibliography  Off

## Niwi Arwiningsi 105611104920 Bab IV

## ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	core.ac.uk Internet Source	1%
2	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	<1%
3	repository.ummat.ac.id Internet Source	<1%
4	es.scribd.com Internet Source	<1%
5	Dhian Herdhiansyah Herdhiansyah. "STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI KOMODITAS KAKAO DI KABUPATEN KOLAKA – SULAWESI TENGGARA", JURNAL AGROINDUSTRI HALAL, 2018 Publication	<1%
6	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1%
7	afidburhanuddin.wordpress.com Internet Source	<1%

## Wiwi Arwiningsi 105611104920 Bab V

### ORIGINALITY REPORT

<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>2</b>	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<a href="http://www.sitinurbaya.com">www.sitinurbaya.com</a> Internet Source	<b>1%</b>

Exclude quotes  Off

Exclude bibliography  Off

Exclude matches  Off



Pasar sentral malino kecamatan tinggimoncong kabupaten gowa



Foto wawancara bersama bapak dinas perindustrian dan perdagangan



Foto wawancara bersama bapak pengelola pasar sentral malino kecamatan  
tinggimoncong kabupaten gowa



Foto bersama ibu azizah selaku pedagang produk lokal pasar sentral Malino  
Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa



Foto bersama Ibu Rosi selaku pedagang Pasar sentral Malino Kecamatan  
Tinggimoncong Kabupaten Gowa



Foto bersama Ibu Jumriah selaku pedagang Pasar Sentral Malino Kecamatan  
Tinggimoncong Kabupaten Gowa



Foto wawancara bersama Ibu Salmiah selaku konsumen



Foto wawancara bersama Bapak Andi selaku pedagang Pasar Sentral Malino

Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa



### Tenteng Malino

13 suka · 16 pengikut

Tenteng Malino adalah jajanan khas Asli dari kota Malino kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Tenteng Malino ini dibungkus dengan kemasan yang lebih modern dan lebih menarik dari yang pernah ada sebelumnya.

Suka Kirim pesan

Postingan Tentang Foto Penyebutan

#### Detail

Halaman · Toko Makanan Sehat

Belum dinilai (0 Ulasan)

Lihat Info Tenteng

#### Postingan Tenteng Malino



Suka Komentar Kirim Bagikan



Akun Facebook produk lokal yang melakukan pemasaran dan promosi menggunakan teknologi digital

## RIWAYAT HIDUP



**WIWI ARWININGSI** lahir di Batualpisi pada tanggal 02 Desember 2003, merupakan anak kedua dari 3 bersaudara buah hati dari Ibu Nurhayati dan Ayah Marzuki. Penulis menempuh pendidikan pertama di SD Inpres Batulapisi dan selesai tahun 2014, penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Tinggimoncong dan selesai tahun 2017, pada tahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMAN 4 GOWA dan selesai di tahun 2020. Berkat dukungan dari orang tua disertai dengan doa, pada tahun 2020 penulis berhasil lulus masuk Prodi Ilmu Administrasi Negara Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar Program Strata Satu (S1). Penulis sangat bersyukur diberi kesempatan oleh Allah SWT bisa menambah ilmu yang merupakan bekal dimasa depan. Saat ini penulis berharap dapat mengamalkan ilmu yang telah diperoleh dengan baik dan membahagiakan orang tua. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (studi: Pasar Sentral Malino Kecamatan Tinggimoncong Kabupaten Gowa).