STRATEGI PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG DI PASAR RAKYAT KOTO ALAM KECAMATAN PALEMBAYAN AGAM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi S1 Ekonomi Islam

Disusun Oleh :

LUSI RAHMAIKA PUTRI YANI

3221031

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI

T.A 2025

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang beratanda tangan di bawah ini :

Nama	: Lusi Rahmaika Putri Yani
Nim	: 3221031
Tempat,Tanggal Lahir	: Tantaman,13 Mei 2002
Program Studi	: Ekonomi Islam
Juduk Skripsi	:Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam

Menyatakan dengan ini sesungguhnya bahwa karya ilmiah (skripsi) dengan judul di atas adalah benar karya penulis.Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri,maka penulis bersedia untuk di proses sesuai hukum yang berlaku dengan gelar kesarjanaan penulis di copot hingga batas waktu yang tidak di tentukan.

Demikian peryataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Bukittinggi, 25 juli 2025
Yang menyatakan

Lusi Rahmaika Putri Yani
Nim.3221031

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama **LUSI Rahmaika Putri Yani** NIM 3221031 dengan judul **"Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam** menyatakan bahwa skripsi yang bersangkutan telah diperiksa dan memenuhi persyaratan dapat disetujui untuk dilanjutkan sidang munaqasah.

Demikianlah persetujuan ini dibuat untuk dapat di pergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 25 Juli 2025
Dosen Pembimbing

Amsah Hendri Doni,SE,ME
NIP. 198706242023211020

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul"**Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam** Disusun oleh Lusi Rahmaka Putri Yani nim 321031 Program Studi Ekenomi islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M Djamil Djambek Bukittinggi.

Latar belakang dalam penelitian ini adalah kurang bekembangnya dalam pengelolaan pasar tradisonal di koto alam di Palembayan Agam menyebabkan berkuranganya pendapatan pedagang dalam pasar.

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode kualitatif yang menghasilkan data deskriptif. Penelitian kualitatif adalah pendekatan yang berorientasi pada fenomena atau gejala yang bersifat alami serta tidak dilakukan menggunakan prosedur statistik. Untuk memperoleh informasi penelitian ini, tidak ada perlakuan yang bersifat eksperimen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT yang mencakup upaya untuk mengenal tentang kekuatan kelemahan,peluang, serta ancaman dan metode yang digunakan selanjutnya adalah metode analisis matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (Eksternal Factor Evaluation)

Hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bagaiamana cara pengelola untuk mengelola pasar sebisa mungkin untuk menjaga stabilitas pasar mulai dari infrastruktur, kebersihan, dan zonasi dagang, agar para pembeli juga bisa nyaman dan tertarik dengan pasar tradisional,karena semakin banyaknya persaingan pasar seperti pasar modern yang lebih tersedia untuk melengkapai semua kebutuhan sehari- sehari, dan bagaiamana cara pengelola agar menigkatkan pendapatan yaitu dengan cara menggunakan analisis SO dalam meningkatkan pendapatan para pedagang tersebut.

Kata Kunci :Strategi pengelolaan pasar, pendapatan pedagang

KATA PENGANTAR

بِسۡمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحۡمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan kepada makhluk-Nya dan juga senantiasa selalu menganugrahkan kekuatan lahir dan batin, petunjuk serta keridhoan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam penulis hadiahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, yang telah meninggalkan dua pedoman hidup bagi umat yang dicintainya sebagai bekal dunia akhirat, yaitu Al-Qur'an.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh geiar sarjana ekonomi (SE) Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negen (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi Dengan judul Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Terutama kepada segenap keluarga yang telah memberikan dukungan kepada penulis baik itu moril maupun materil, teristimewa kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda (Alm) **Supriadi** dan Ibunda **Yulisdawati** yang telah memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada anaknya dalam mengenyam pendidikan. Selanjutnya penulis ucapkan terima kasih juga kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Silfia Hanani, S.Ag., M.Si selaku Rektor, Bapak Dr. Afrinaldi, S.Sos.I., MA selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. Izmuddin, MA selaku Wakil Rektor II dan Bapak Dr. H. Edi Rosman, S.Ag., M.Hum selaku Wakil Rektor III UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi yang telah memberikan fasilitas kepada peneliti dalam menambah ilmu pengetahuan di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2. Bapak Dr. Aidil Alfin, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi beserta jajarannya.
3. Ibu Rika Widianita, SEI., ME selaku ketua program studi S1 Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
4. Bapak Amsah Hendri Doni.SE,ME, selaku pembimbing yang dengan perhatian, ketulusan, dan kesabaran memberi pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
6. Untuk Ayah tercinta Ayahanda (Alm) Supriadi terimakasih telah menjadi sosok yang selalu penulis banggakan, meski ayah lebih dulu di panggil oleh maha kuasa ketika penulis baru akan memulai perjalanan didunia perkuliahan, jauh sebelum melihat penulis menggunakan toga yang beliau impikan dan satu – satunya anak yang mempunyai gelar dalam keluarga. Doa dan semangat dari ayah yang dulu selalu mengajarkan arti tanggung jawab dan kerja keras.

Semoga pencapaian ini bisa menjadi hadiah kecil untuk ayah disana Penulis yakin dari kejauhan ayah melihat dengan senyum bangga, melihat anak kesayangannya yang selalu dimanja, tidak pernah marah sekali pun kepada penulis, menyelesaikan pendidikan terakhir dengan perjuangan dan lika liku yang penulis hadapi.

7. Untuk ibu tersayang Yulisdawati terimakasih telah menjadi bagian dari setiap langkah awal sampai selesai dalam perjalanan kuliah walaupun memasuki semester 3 penulis hampir menyerah karena H-1 penutupan bayar UKT tetapi uang masih belum cukup, atas izin Allah ibu mencari uang yang tersisa dan penulis langsung cepat- cepat ke bank untuk membayar UKT tersebut. Penulis sangat bangga mempunyai ibu yang kuat seperti beliau pantang menyerah terutama memenuhi kebutuhan penulis selama dunia perkualiahan,walaupun ibu hanya menjual gorengan tapi ibu bisa membawa penulis ke jenjang yang lebih tinggi yaitu bangku perkuliahan, ribuan terimaksih penulis ucapkan yang tidak mengenal lelah siang malam dalam mencari rezeki dan sekaligus menjadi sosok ayah mencari nafkah dalam memenuhi kehidupan sehari- hari. Semoga di masa depan nanti penulis bisa membahagiakan ibu dan semua keinginan ibu yang telah beliau katakan kepada penulis bisa terpenuhi semua Aaamiin ya Allah.
8. Kepada kakak saya (Alm) Elfitri Yesi belum sempat saya berikan kebahagiaan, dan rasa bangga yang mempunyai impian adik bungsu ini sampai ke jenjang yang lebih tinggi dan sampai sarjana, tetapi tidak menyaksikan saya dan menemani saya sampai wisuda.

9. Kepada seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan dan penyemangat serta segala dukungan, dan restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu.
10. Kepada abg kandung saya Joni Herman,Ustadz Yandri Efendi Tuangku Mudo,Ustadz Fitra Ayudi Datuak Mudo,dan Kakak saya Fitri Novianti, dan Afriyandi Saputra yang selalu memberikan saya dukungan berupa meteri.
11. Kepada seluruh ponakan saya sebagai contoh di masa depan akan mengikuti pendidikan seperti saya dan bisa membahagiakan kedua orang tua mereka.
12. Kepada teman –teman seperjuangan Irnawati, Nurhamidah, Erna Gempita terimakasih atas bantuan dan mendegarkan keluh kesah saya,suka maupun duka dan menjadi motivasi, dan dorongan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Kepada seseorang yang selalu namanya saya langitkan.
14. Terimakasih untuk diri sendiri, karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah di mulai.Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah dan menikmati setiap prosesnya yang bisa di bilang tidak mudah Terimakasih telah bertahan di antara beban pikiran kamu hebat.LUSI

Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu dan memberikan doa demi kelancaran penulis dalam menyusun skripsi. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan yang sesuai dari Allah Swt. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, akan tetapi meskipun demikian

mudah-mudahan skripsi ini akan memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Bukittinggi 25 Juli 2025

Lusi Rahmaika Putri Yani

NIM. 3221031

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **ii**
PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
DAFTAR ISI ..... **ix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Indentifikasi Masalah 18
C. Batasan Masalah 19
D. Rumusan Masalah 19
E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian 19
1. Tujuan penelitian 19
2. Manfaat Penelitian 20
F. Penjelasan Judul **21**
BAB II LANDASAN TEORI **23**
A. Konsep Strategi 23
1. Pengertian strategi 23
2. Manajemen pengelolaan pasar 25
3. Manajemen Pasar Tradisional 27
4. Konsep Pendapatan 29
5. Konsep Pedagang 32
B. Penelitian Terdahulu 35
BAB III METODE PENELITIAN **38**
A. Jenis penelitian 38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 38
1. Lokasi penelitian 38
2. Waktu Penelitian 39
C. Jenis dan Sumber Data 39
D. Informan Penelitian 39

E. Teknik dan Pengumpulan Data 40
1. Observasi 40
2. Teknik Wawancara 40
3. Teknik dokumentasi 40
F. Teknik Analisis Data 40
1. Data *Collection* 41
2. Data *Display* 41
3. Data *Condensation* 42
4. *Conclusions*: *Drawing*/*Verifying* 42
G. Teknik Analisis Data 43
BAB IV HASIL PENELITIAN 45
A. Gambaran umum Nagari Koto Alam Kec.Palembayan Agam 45
1. Sejarah Nagari Koto Alam 45
2. Profil Nagari Koto Alam 49
3. Visi dan Misi Pengelolaan Pasar 49
4. Profil Pengelolaan Pasar Tradisional Kecamatan Palembayan 50
B. Hasil Peneltian 51
1. Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam 51
2. Analisis Swot 63
C. Analisis Pembahasan 69
BAB V PENUTUP 73
A. Kesimpulan 73
B. Saran 74
DAFTAR PUSTAKA 75

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring perkembangan jumlah penduduk, kebutuhan manusia juga semakin meningkat dan beragam. Permasalahan timbul karena kebutuhan manusia sifatnya tidak terbatas dan bermacam-macam, sedangkan alat pemuas kebutuhan tersebut yang berupa barang dan jasa serta sumber daya alamnya lain jumlahnya sangat terbatas. Hal ini menyebabkan setiap orang tidak dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Oleh karenanya, untuk memenuhi berbagai kebutuhan guna mempertahankan kelangsungan hidupnya, manusia melakukan tindakan ekonomi dalam berbagai bentuk sehingga munculah aneka transaksi mulai dari barter hingga yang paling modern adalah pasar. Secara sederhana, pasar dapat diartikan sebagai tempat bertemunya para penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi.

Menurut William F. Glueck Lawarence Jaunch[1] dalam Saladin, yang diartikan dalam strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas dan diintegrasi, yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.[2]

Menurut Chandler dalam Freddy Ranguti, strategi merupakan alat utuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya, serta pendayagunaan dan alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

---

[1] William F. Glueck Lawarence Jaunch ,'2023

[2] Chandler dalam Freddy Ranguti,'2020

Pemahaman yang baik mengenai strategi yaitu strategi diartikan sebagai suatu perencanaan jangka panjang suatu kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu menyatakan bahwa definisi strategi dari aspek manajemen adalah arah dan cakupan jangka panjang organisasi untuk mendapatkan keunggulan melalui

Pentingnya pasar tidak terlepas dari fungsi pasar sebagai wadah bagi berlangsungnya kegiatan jual beli. Pasar merupakan salah satu sarana ekonomi untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan kepada kalangan masyarakat dalam melakukan transaksi jual beli barang atau produk baik barang-barang yang bersifat konsumtif maupun produktif. Dalam perkembangannya pasar diklasifikasikan atas dua bentuk yaitu, pasar modern dan pasar tradisional, dimana kedua pasar tersebut memiliki keunggulan dan kelemahanya masing-masing.[3]

Pasar tradisional sebagai lokasi perdagangan merupakan salah satu pilar perekonomian. Melalui berbagai fungsi dan peran strategis yang dimiliki, pasar tradisional menjadi salah satu wadah atau sarana untuk mencapai kesejahteraan rakyat Indonesia. Fungsi dan peran tersebut tercermin dalam berbagai hal diantaranya pasar tradisional menjadi indikator nasional terkait pergerakan tingkat kestabilan harga kebutuhan sembilan bahan pokok. Untuk itu para ahli statistik dan instansi pemerintah melakukan monitoring setiap bulannya.

Adapun indikator dalam menentukan strategi penglolaan dalam peningakatan pasar yaitu pemilihan pasar, perencanaan produk, penetapan harga, sistem distribusi, juga promosi. Faktor-faktor yang berpengaruh pada strategi pengembangan pasar yaitu peningkatan permintaan konsumen, berkembangnya

[3] Farida Riani, Syafruddin,' ANALISIS STRATEGI PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL SEKETENG SUMBAWA BESAR DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN',Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Volume 12 Nomor 1April 2024

teknologi informasi dan inovasi, berubahnya demografis dan keadaan perekonomian, serta berubahnya kebijakan regulasi. Al-Qur‟an tidak secara langsung membahas konsep konsep bisnis modern seperti strategi pengelolaan pasar namun ada beberapa ayat yang memberikan petunjuk dan prinsip yang bisa diaplikasikan dalam konteks bisnis dan perdagangan. Salah satunya terdapat dalam QS. Al-Isra (17) : 35 mengenai Etika dalam berbisnis.

وَأَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ إِذَا كِلۡتُمۡ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِۚ ذَٰلِكَ خَيۡرٞ وَأَحۡسَنُ تَأۡوِيلٗا ٣٥

Artinya: "*Sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang paling baik dan paling bagus akibatnya.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah memberikan panduan penting tentang etika dalam berbisnis yang menekankan keadilan dalam timbangan dan takaran, yang berarti setiap transaksi harus dilakukan dengan jujur tanpa menipu dalam jumlah atau kualitas barang. Ayat ini mendorong para pedagang untuk tidak mengurangi hak orang lain dan menjaga keadilan dalam setiap perdagangan.

Dalam ajaran islam terkait permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai Ketidakstabilan harga bahan pokok yang penyebab salah satunya adanya pedagang yang menimbun barang untuk dijual mahal , hal ini dapat dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai islam. Di dalam ajaran Islam menimbun barang untuk keuntungan pribadi, merupakan perbuatan yang tidak dibenarkan dalam al-Qur‟an,9 hal ini sesuai dengan firman Allah yang terdapat dalam QS Al-Baqarah: 188;

وَلَا تَأۡكُلُوٓاْ أَمۡوَٰلَكُم بَيۡنَكُم بِٱلۡبَٰطِلِ وَتُدۡلُواْ بِهَآ إِلَى ٱلۡحُكَّامِ لِتَأۡكُلُواْ فَرِيقٗا مِّنۡ أَمۡوَٰلِ ٱلنَّاسِ بِٱلۡإِثۡمِ وَأَنتُمۡ تَعۡلَمُونَ

Artinya: "Dan janganlah sebagian kamu memakan sebagian harta yang lain di antara kamu dengan jalan yang batil dan janganlah kamu membawa urusan harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebagian daripada harta benda orang lain itu dengan jalan melakukan dosa, padahal kamu menegetahuinya."

Makna dari ayat ini mengandung peringatan keras untuk menjauhi praktik-praktik yang tidak adil dalam mengelola harta dan ekonomi, seperti manipulasi harga, suap, korupsi serta mengambil keuntungan secara tidak sah atau dengang cara yang merugikan orang lain, seperti penimbunan barang (ihtikar) atau menaikkan harga barang pokok secara sengaja demi keuntungan pribadi.

Upaya dalam meningkatkan pengembangan perekonomian, juga dapat dicapai dengan adanya sarana dan prasarana suatu desa yang memadai serta upaya dalam meningkatkan pengembangan perekonomian, juga dapat dicapai dengan adanya sarana dan prasarana suatu desa yang memadai serta kesempatan untuk membuka berbagai jenis usaha terutama usaha kecil dan menengah untuk masyarakat pedesaan disamping usaha-usaha besar. Pengurangan pengangguran dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, lapangan pekerjaan diberbagai sektor, serta menumbuh kembangankan usaha wiraswasta.

Penciptaan lapangan berusaha terdapat pula dipasar, pasar sudah menjadi bagian yang melekat dari kehidupan bermasyarakat. Sebagian orang bahkan menggantungkan pekerjaan sehari-hari dari pasar. Maka dari itu, keberadaan pasar sangatlah vital bagi masyarakat serta bagi perekonomian. Dalam kegiatan sehari-hari pasar bisa diartikan sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual. Namun dalam bidang ekonomi, pasar tidak diartiakan sebagai tempat, namun lebih mengutamakan pada kegiatan jual beli tersebut. Tidak hanya itu pasar juga

merupakan penunjang peningkatan anggaran pendapatan daerah. Sehingga keberadaan pasar dalam lingkungan masyarakat sangat dibutuhkan baik itu pasar tradisionadern.

Pasar tradisional merupakan pusat kegiatan ekonomi yang memberikan kontribusi besar bagi masyarakat lokal. Namun, keberadaan tumpukan sampah di pasar menjadi masalah serius yang mengganggu estetika, kesehatan, dan kenyamanan pengunjung. ini bertujuan untuk menganalisis penyebab, dampak, dan solusi dalam pengelolaan sampah di pasar tradisional kurangnya fasilitas pengelolaan sampah, rendahnya kesadaran pedagang, serta sistem pengelolaan yang tidak terorganisir menjadi penyebab utama. Rekomendasi yang diajukan meliputi peningkatan infrastruktur kebersihan, edukasi pedagang, dan penerapan teknologi pengelolaan sampah. Sampah pasar tradisional terdiri dari beragam jenis, seperti sisa makanan, plastik, dan material organik.Sampah ini dapat menjadi sumber masalah, termasuk populasi udara bau busuk,sarang bagi serangga dan mebawa penyakit,menurunya minat masyarakat dalam mengujungi pasar.

Adapun masalah yang terjadi di lapangan terkait dengan pendapatan pedagang yaitu: masalah pendapatan pedagang yang masih berjualan di luar pasar yang menimbulkan kemacetan pada pasar rakyat koto alam kecamatan palembayan agam mengurangi retribusi pasar pemerintah atau pengelola pasar biasanya membebankan biaya sewa atau retribusi bagi pedagang di dalam pasar. Jika banyak pedagang lebih memilih berjualan di luar tanpa izin,

Sedangkan dari fenomena yang terjaadi di lapangan pengelola pasar tidak teralalu fokus bagi pedagang yang berjualan di luar pasar lebih mementigkan pedagang yang berjualan di dalam pasar, sehingga ini menimbukan masalah pendapatan bagi pedagang yang bejualan di luar pasar karena pendaptan nya lebih banyak.

Penurunan pendapatan pasar pedagang yang berjualan di luar pasar menarik pembeli sebelum mereka masuk ke pasar resmi. Akibatnya, kios atau lapak di dalam pasar kehilangan pelanggan, sehingga pendapatan pasar berkurang.

Kemudian permasalahan yang terjadi berikutnya selain pendapatan yaitu tidak adanya pengaturan tata letak. Ketidakteraturan tata letak dalam pengelolaan pasar tradisional dapat berdampak signifikan terhadap pendapatan para pedagang, dan hal ini bisa dijelaskan melalui beberapa teori ekonomi dan manajemen yaitu:

Teori Lokasi Pasar oleh August Lösch, yang diperkenalkan pada tahun 1944. Lösch berpendapat bahwa lokasi pasar yang optimal adalah yang memaksimalkan keuntungan dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti aksesibilitas, biaya transportasi, dan konsentrasi konsumen.

Dalam konteks pasar tanpa pengaturan tata letak, teori ini menunjukkan bahwa ketidakteraturan dapat mengurangi efisiensi pasar. Misalnya, jika kios-kios tidak diatur dengan baik, pembeli mungkin kesulitan menemukan barang yang mereka cari, yang pada akhirnya dapat mengurangi daya tarik pasar tersebut.[4]

Perilaku konsumen jika tata letak pasar tidak terorganisir, konsumen mungkin merasa tidak nyaman atau bingung mencari barang yang dibutuhkan. Hal

[4] August Lösch, 1944.

ini dapat mengurangi waktu dan frekuensi belanja mereka, yang pada akhirnya berdampak pada omzet pedagang.

Operasional dalam teori manajemen, efisiensi operasional dipengaruhi oleh tata ruang yang terencana. Pasar yang berantakan bisa meningkatkan biaya logistik dan waktu yang dihabiskan pedagang untuk mengatur barang dagangan mereka, yang secara tidak langsung menurunkan pendapatan.

Permasalahan yang terjadi dalam pasar selanjutnya yaitu, tumpukan sampah di dalam pasar tradisional tumpukan sampah di dalam pasar tradisional dapat memberikan dampak serius terhadap pendapatan pedagang, dan hal ini dapat dijelaskan melalui berbagai teori berikut:

Perilaku konsumen sampah yang menumpuk menciptakan kesan lingkungan yang tidak higienis, yang membuat konsumen merasa tidak nyaman untuk berbelanja. Persepsi negatif ini dapat mengurangi kunjungan konsumen, sehingga menurunkan jumlah transaksi dan pendapatan pedagang.

Ekonomi pasar adalah sistem di mana keputusan ekonomi, termasuk produksi dan distribusi barang, ditentukan oleh interaksi antara penawaran dan permintaan tanpa campur tangan pemerintah yang signifikan. Salah satu teori yang mendasari ekonomi pasar adalah teori "Invisible Hand**"** oleh Adam Smith**,** yang diperkenalkan dalam bukunya teori "*Invisible Hand"* pada tahun 1776. Smith berpendapat bahwa individu yang mengejar kepentingan pribadi mereka secara tidak langsung akan mempromosikan kesejahteraan masyarakat melalui mekanisme pasar.

Teori ini menjadi dasar bagi konsep pasar bebas, di mana efisiensi ekonomi tercapai melalui kompetisi dan interaksi antara pembeli dan penjual. Jika anda ingin mendalami lebih lanjut, Anda dapat membaca sumber ini atau sumber ini.[5]

Lingkungan dan produktivitas lingkungan kerja yang buruk, seperti adanya sampah yang menumpuk, dapat menurunkan semangat kerja pedagang. Hal ini berimbas pada penurunan produktivitas mereka, baik dalam melayani konsumen maupun dalam menata barang dagangan.

Kompetisi lokal sampah yang menumpuk juga dapat menciptakan ketimpangan kompetitif. Pedagang yang berada di dekat area yang lebih bersih mungkin memiliki keunggulan, sementara pedagang yang dekat dengan area tumpukan sampah cenderung kehilangan pembeli, yang pada akhirnya mempengaruhi pendapatan mereka.

Peningkatan pengunjung pasar hanya mempercepat lakunya barang dagangan dan tidak meningkatkan pen dapatan pedagang. pendapatan pedagang setelah program revitalisasi semakin menurun dan untuk meningkatkan pendapatan pedagang tidak hanya dengan memperbaiki bangunan fisik pasar saja tetapi harus ditunjang barang, tetapi terdapat kebutuhan sosial yang ingin didapat dari pihak lain, yakni penghargaan yang bersifat timbal-balik dalam hubungan yang setara, terjalin ikatan hubungan personal emosional. budaya masyarakat timur, berbelanja sambil bersosialisasi adalah lebih menjadi preferensi dari pada berbelanja secara individualis, maka berbelanja sambil tukar bicara adalah salah

[5] Adam Smith**,** Teori "Invisible Hand,' 1776**.**

satu modus pemuas kebutuhan, atau sebagai salah satu bagian yang menyertai komoditi yang harus dipenuhi.

Berdasarkan jenisnya, pasar terbagi atas pasar tradisional dan pasar modern. keberadaan pasar tradisional dan pasar modern sudah menjadi bagian yang tidak terlepaskan dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Akan tetapi, yang terjadi akhir-akhir ini keberadaan pasar modern yang muncul justru mengancam keberadaan pasar tradisional. Hal ini disebabkan masyarakat cenderung lebih minat berbelanja di pasar modern, karena tingkat kenyamanan yang lebih tinggi di bandingkan pasar tradisional. Apalagi hal ini diperparah oleh kondisi pasar tradisional yang tidak tertata dengan baik, banyaknya tumpukan sampah yang berserakan, kotor dan tidak nyamanpun seakan melekat sebagai gambaran pasar tradisional. Melihat kondisi tersebut sangat perlu adanya upaya dari pemerintah setempat untuk dapat mempertahankan eksistensi pasar tradisional. Salah satu upaya yang dapat dilakukan ialah mengembangkan dan melestarikan pasar tradisional dengan menjadikannya sebagai ikon daerah.

Pasar tradisional bangunannya biasanya terdiri dari kios-kios atau gerai, los dan dasaran terbuka yang dibuka oleh penjual maupun suatu pengelola pasar. Kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti bahan-bahan makanan berupa ikan, buah, sayur-sayuran, telur, daging, kain, pakaian, barang elektronik, jasa dan lain-lain. Selain itu, ada pula yang menjual kue-kue dan barang-barang lainnya. Pasar tradisional harus tetap dijaga keberadaanya sebab ia adalah representasi dari

ekonomii rakyat, ekonomi kelas bawah, serta tempat bergantung para pedagang skala kecil-menengah.[6]

Demikian juga dengan konsumen atau pelanggan, tidak semata mendapat sesuatu barang yang diperlukan tetapi terdapat "kepuasan" lain yang diperlukan, diantaranya tempat dan dengan siapa penjual yang dihadapinya.

Dengan adanya globalisasi, persaingan antara pasar tradisional dan retail modern tidak bisa dihindari. Membanjirnya retail modern di kota-kota seolah-olah tidak bisa dibendung. Kondisi ini tentunya dapat menjadi ancaman bagi keberadaan pasar tradisional. Dalam hal ini kebijakan pemerintah daerah sangat di butuhkan untuk menjaga keseimbangan jalannya perekonomian. Pemerintah harus peka dan peduli untuk melindungi pasar tradisional yang memang masih dibutuhkan masyarakat, teru tama masyarakat kelas menengah ke bawah dan juga masyarakat di daerah pinggiran atau pedesaan. [7]

Keberadaan pasar tradisional juga harus mendapatkan perhatian lebih serius dari Pengelolaan Pasar Tradisional Berbasis Pemerintah. Keberpihakan pemerintah dalam hal ini menjadi penting, mengingat aset pasar adalah milik pemerintah dan pedagang hanya memegang hak pakai. Pemerintah wajib melindungi pasar sebagai upaya terpadu guna membangun daya tahan pasar yang berkelanjutan dan mampu memberdayakan pasar sebagai ruang kegiatan ekonomi dalam rangka mencapai kesejahteraan masyarakat.

---

[6] Dwi Lasmul Wahyudi, Tarmizi, Muhammad Subham,' ANALISIS PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT'*, Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen* Vol.1, No.4 Desember 2023.

[7] Arip Rahman Sudrajat, Asep Sumaryana, Rd. Ahmad Buchari & Tahjan,' Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang', *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, 6 (1) (2018): 53-67*

Indikator keberhasilan pengelolaan pasar tradisional menurut peraturan mendagri, pengelolaan pasar yang baik seyogyanya diikuti oleh suatu ukuran keberhasilan, karena itu indikator pengelolaan pasar yang berhasil perlu manajemen operasional melipui

Pemenrintah pemihakan pemerintah kepada pedagang pasar tradisional dapat diwujudkan dengan memberikan kesempatan kepada pedagang pasar tradisional untuk turut memetik keuntungan dari peluang pertumbuhan permintaan masyarakat dan membantu mengantisipasi perubahan lingkungan yang akan mengancam eksistensi mereka, serta melibatkan pelaku ekonomi golongan ekonomi lemah. Pemihakan kepada pedagang pasar tradisional ini juga dapat dilakukan dengan membantu memperbaiki akses mereka kepada informasi, permodalan, dan hubungan dengan produsen atau supplier (pemasok). Karena sifat pedagang pasar tradisional yang umumnya lemah dalam banyak hal, maka peran pemerintah lah untuk secara aktif memberdayakan pedagang tradisional.

Pengelolaan pasar seiring dengan pembentukan regulasi regulasi ini, pemerintah perlu mendukung strategi pemasaran pasar tradisional dengan membenahi aspek fisik dan manajemen pengelolaan pasar tradisional secara lebih profesional, karena dengan meningkatnya persaingan di bisnis ritel, ada beberapa hal yang harus menjadi landasan bagi pembuat kebijakan untuk menjaga kelangsungan hidup pasar tradisional. Pertama, memperbaiki sarana dan prasarana pasar tradisional.

Konsumen di pasar tradisional. Persepsi pelanggan mengenai harga pasar tradisional yang lebih murah juga menjadi faktor lain, belum lagi di pasar

tradisional pelanggan bisa membeli sesuai jumlah (minimum) yang diperlukan tempat tujuan wisata, karena memiliki unsur alam, budaya, dan sifatnya yang unik dan khas. Daya tarik wisata ini juga bisa diperoleh dari makanan dan cinderamata khas daerah.[8]

Pasar tradisional merupakan pusat kegiatan ekonomi yang memberikan kontribusi besar bagi masyarakat lokal. Namun, keberadaan tumpukan sampah di pasar menjadi masalah serius yang mengganggu estetika, kesehatan, dan kenyamanan pengunjung. ini bertujuan untuk menganalisis penyebab, dampak, dan solusi dalam pengelolaan sampah di pasar tradisional kurangnya fasilitas pengelolaan sampah, rendahnya kesadaran pedagang, serta sistem pengelolaan yang tidak terorganisir menjadi penyebab utama. Rekomendasi yang diajukan meliputi peningkatan infrastruktur kebersihan, edukasi pedagang, dan penerapan teknologi pengelolaan sampah. Sampah pasar tradisional terdiri dari beragam jenis, seperti sisa makanan, plastik, dan material organik.Sampah ini dapat menjadi sumber masalah, termasuk populasi udara bau busuk,sarang bagi serangga dan mebawa penyakit,menurunya minat masyarakat dalam mengujungi pasar.

Peningkatan pengunjung pasar hanya mempercepat lakunya barang dagangan dan tidak meningkatkan pen dapatan pedagang. pendapatan pedagang setelah program revitalisasi semakin menurun dan untuk meningkatkan pendapatan pedagang tidak hanya dengan memperbaiki bangunan fisik pasar saja tetapi harus ditunjang barang, tapi terdapat kebutuhan sosial yang ingin didapat

[8] Mustafa Gani, M.Si1," PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL DALAM SINERGITAS PASAR MODERN DI INDONESIA, Bongaya Journal for Research in Management Vol. 1 No. 1 April 2018

dari pihak lain, yakni penghargaan yang bersifat timbal-balik dalam hubungan yang setara, terjalin ikatan hubungan personal emosional. budaya masyarakat timur, berbelanja sambil bersosialisasi adalah lebih menjadi preferensi dari pada berbelanja secara individualis, maka berbelanja sambil tukar bicara adalah salah satu modus pemuas kebutuhan, atau sebagai salah satu bagian yang menyertai komoditi yang harus dipenuhi.

Dalam pasar tradisional adalah sebagai modus interaksi sosial-budaya bahkan pasar juga mengandung fungsi religius sebagai sarana ibadah. Selain itu pasar tradisional dengan harga luncurnya, padanya terkandung transaction cost dan bahkan asymmetric information. Dari korbanan waktu, proses tawar-menawar adalah merupakan biaya transaksi, akan tetapi jika didalamnya berlangsung pula proses komunikasi yang dapat menunjukkan kejelasan tentang karakter obyek barang yang diperjual-belikan serta terjadi proses penyesuaian harga maka informasi akan menyusut jauh. Disini proses transaksi mempunyai peluang akan berkelanjutan berdasarkan interaksi sosial yang terjadi karena diantara keduanya menjadi saling kenal.

Upaya dalam meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat dapat dijangkau dengan mengimplementasikan manajemen strategi pengelolaan pasar. manajemen berkedudukan dalam proses yang ditentukan oleh seseorang maupun sekelompok orang dalam jalan penyatuan guna memenuhi suatu tujuan yang ada. yang menjadi faktor terbesar dalam kesusahan minyak sebenarnya adalah oknum penimbun serta masyarakat yang akhirnya panik. tersebut dapat dikatakan, karena Indonesia memiliki peran sebagai prosesor minyak paling dominan di dunia,

akibatnya kecil kebolehjadian kelangkaan minyak goreng yang dikarenakan minimnya operasi produksi, dimana manajemen pengelolaan pasar berperan optimal, dalam memantau stok maksimal dan minimal pembelian minyak, serta menentukan harga minyak goreng yang tepat untuk diperjualbelikan di pasar.

Perkembangan ekonomi saat ini menunjukkan sejauh mana masyarakat, daerah, dan negara dapat beraktivitas. Salah satu indikator kesejahteraan masyarakat diukur melalui tingkat pendapatan kondisi infrastruktur, termasuk di pasar tradisional, mempengaruhi kesejahteraan tersebut. Oleh karena itu, perbaikan sarana dan prasarana pasar tradisional diperlukan agar dapat bersaing dengan pasar modern.[9]

Nagari koto alam sendiri terletak di bagian timur kecamatan palembayan kabupaten agam dan mata pencaharian dari masyarakat di sana pun sangat beragam ada yang bertani sawah dan juga ada mempunyai ladang.tetapi mayoritas masyarakat sana memiliki mata pencaharian bertanam jagug dan kelapa sawit.

Dan disini lah terdapat pasar rakyat tersebut sebenarnya terdapat 2 pasar tradisonal di kecamatan palembayan itu sendiri,yang pertama pasar rakyat palembayan yang terletak di kecamatan palembayan itu sendiri bedekatan dengan sekolah seperti SD, SMP, SMA, dan SMK, jadi anak- anak sekolah disana apabila jam istirahat bisa membeli jajanan juga dalam pasar tersebut karena lokasi pasar nya tidak terlalu jauh dari sekolah pasar palembayan ini beroperasi di hari sabtu saja dari jam 09.00-12.00 siang.

[9] Siti Fatimah Nurhayati,' PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL BERBASIS MUSYAWARAH UNTUK MUFAKAT', BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 18, Nomor 1, Juni 2020, hlm. 49 – 56.

Sedangkan pasar rakyat yang terdapat di koto alam atau sering disebut 4juga pasar (Akaik) ini sendiri beroperasi di hari minggu pasar ini terdapat 2 lantai dan baru siap di renovasi pasar ini beroperasi darii jam 8.00-18.00 karena penjual nya jauh- jauh ada yang berasal dari bukittinggi, kinali, lubas dan masih banyak lagi,sehingga mereka datang nya pagi- pagi teatapi orang –orang disana kebanyakan pergi berbelanja sore karena dari pagi mereka sibuk beraktivitas,sehingga sore baru bisa berbelanja selain itu, pada sore tersebut harga banyak murah.

Tabel 1.1

Data tahun jumlah pedagang periode 2020-2024

Tahunan	Pedagang
2020	150
2021	100
2022	100
2023	150
2024	150

Sumber: Hasil observasi 2025[10]

Berdasarkan obeservasi awal dapat dilihat pada tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah pedagang dalam 5 tahun belakang tidak sama,dimana pada tahun 2020 jumlah pedagang tetap stabil, sedangkan pada tahun 2021-2022 mengalami penurunan dimana pada tahun tersebut banyak pedangang yang tidak berjualan dan adanya aturan pemerintah tidak boleh keluar rumah atau di ajurkan dirumah aja,untuk itu banyaknya pedagang tidak berjualan dan mengalami penuruan pendapatan karena berkurangnya daya beli masyarakat ke pasar,pada tahun itu para pedagang benar –benar mengalami penurunan pedapatan yang sangat drastis yang di sebabkan oleh COVID-19. Namun pada tahun 2023-2024 jumlah pedagang sudah mulai stabil kembali seperti biasa.

[10] Observasi dengan niniak mamak nyiak Datuak Hendri

Tabel 1.2

Jumlah dan jenis usaha di pasar tradisional Koto Alam Palembayan Kec. Palembayan.

No	Jenis usaha	Jumlah
1	Pedagang bahan pokok dan sembako	25 orang
2	Pedagang pakaian /tas /akseoris	20 orang
3	Pedagang buah dan kelontong	10 orang
4	Pedagang sepatu dan sandal	10 orang
5	Pedagang alat bangunan dan elektronik	15 orang
6	Pedagang daging /ikan asin dan telur	30 orang
7	Pedagang pecah belah	15 orang
8	Pedagang alat tulis dan keperluan sekolah	10 orang
9	Pedagang kue/kerupuk da warung Nasi	15 orang
	Jumlah keseluruhan pedagang	150 orang

Sumber: Hasil Observasi 2025[11]

Berdasarkan keadaan yang ada di pasar Koto Alam sekarang masih banyaknya pedagang yang masih berjualan di luar pasar atau sekitar bahu jalan yang masuk ke dalam pasar sehingga terjadilah kemacetan karena para pedagang tersebut juga ada yang berjualan sampai lahan parkir di sekitar pasar, banyak nya para pedagang yang berjualan di luar pasar atau di sekitar bahu jalan ini dikarenakan mereka menganggap bahwa berjualan di sana lebih bnyak yang akan membeli.

Padahal itu akan mengakibatkan terganggunya para pembeli yang akan belanja dalam pasar tersebut,dapat di lihat dari yang terajdi di sana para pedagang lebih bnyak berjualan karena kalau dalam pasar mereka akan menyewa tempat juga dan itu juga akan membutuhakan biaya bagi mereka yang berpendapat yang sedikit tidak sebandig dengan hasil pejualalan mereka, dari itulah mereka lebih

[11] Observasi dengan Nyiak Datuak Hendri Niniak Mamak

memilih berjualan di luar pasar saja sehingga uang yang akan disewakan tersebut bisa menjadi modal dan pendapatan mereka akan lebih menigkat dibandingkan harus menyewa tempat dan belum tentu akan untung dalam melakukam penjualan.

Selanjutnya dalam pasar itu sendiri masih tidak teraturanya penempatan pedagang yang menjual hasil pertanian dan perikanan yaitu masih tercampurnya antara penjualan sayur-sayuran maupun bahan pokok makanan yang tergabung dengan posisi penjualan ayam, daging dan ikan. Dari segi letak yang tidak beraturan tersebut para pedangang dalam segi peghasilan tetap sama tidak mengalami penurunan sama sama sekali karena apabila para pembeli akan membeli sesuatu seperti sayuran tidak perlu susah lagi berjalan ke los lain nya untuk mecari lagi sepeti mau membeli ikan/ayam karena dalam segi letak dua pedagang itu saling berdekatan,sehingga tidak adanya saling membeci atau pun salaing bermusuhan.

Kurangnya kebersihan dengan adanya tumpukan sampah di dalam pasar dalam menjaga kebersihan pasar, para pedagang dalam berjualan akan mengakibatkan terganggu nya kenyaman para pembeli juga dalam pasar tersebut dapat dilihat di dalam pasar tersebut sudah ada nya termpat sampah yang disediakan dalam pasar tersebut, tetapi para pedagang masih ada yang belum terlalu memperhatikan kebersihan tersebut.

Seperti yang saya lihat yang terjadi dalam pasar tersebut ada pedagang bakso,sementara di samping penjual bakso tersebut bersebelahan dengan penjual ikan ,jadi pedagang ikan tersebut berdekatan dengan aliran pembuangan air ikan tersebut,dan di depan limbah pembuangan ikan tersebut berjualan makanan

seperti kue sehingga itu akan menimbulkan bau yang tidak sedap lebih pilih di bungkus saja dan dibawa pulang dari pada makan di sana karena bau yang tidak sedap tesebut tetapi dalam segi pendapatan pedagang bakso tesebut tidak akan berkurang karena pasar bakso tersebut banyak penggemarnya dan orang juga dapat menikmati juga bisa 1 minggu sekali,walaupun dengan bau yang kurang sedap.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai pasar tradisional di desa koto alam yaitu "**Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Menigkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam"**.

B. Indentifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditemukan di atas, maka idetifikasi masalah yaitu:

1. Adanya pedagang yang masih berjualan di luar pasar yang menimbulkan kemacetan pada pasar rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam.
2. Tidak adanya pengaturan tata letak dalam pegelolaan pasar tradisional Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam.
3. Adanya tumpukan sampah di dalam pasar Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam.
4. Adanya persaingan dengan pasar modern dan toko riteil di pasar Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam.

C. Batasan Masalah

Karena keterbatasan kemampuan peneliti dalam memecahkan persoalan maka penelitian ini dibatasi pada yang menyebabkan kurangnya perhatian dinas pasar dalam pengelolaan pasar tradisonal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat di tulis sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi pengelolaan pasar tradisional saat ini, khususnya terkait infrastruktur, kebersihan, dan zonasi dagang?
2. Strategi apa yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pengelolaan pasar tradisional secara efektif?
3. Apa saja faktor utama yang berdampak pada rendahnya pendapatan pedagang di pasar tradisional?
4. Upaya apa yang dilakukan pengelola pasar untuk menigkatkan pendapatan pedagang tradisional?

E. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah:

a. Meganalisis pengelolaan pasar tradisional saat ini khususnya khususnya terkait dengan infrastuktur kebersihan dan zonasi dagang pasar dalam rangka menigkatkan pendapatan mayarakat.

b. Meganalisis faktor utama yang menyebabkan pendaptan pedagang rendahnya di pasar tradisioanal.
c. Strategi yang di terapkan untuk menigkatkan pengelolaan pasar.
d. Meganalisis upaya yang di lakukan pengelolaan pasar dalam menigkatkan pendapatan pedagang di pasar tradisional.

2. Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian selalu diiringi dengan manfaat penelitian,demikian pula dalam penelitian ini mafaat yang di harapkan dalam penelitian ini adalah:

1) Kegunaan akademis.
   a. Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) prodi ekonomi islam (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Pada Universitas Islam Negeri (UIN Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.
   b. Untuk menanbah dan mengembagkan wawasan peneliti dalam tentang strategi pengelolaan pasar tradisional dalam menigkatkan pendapatan pedagang di pasar rakyat koto alam
   c. Untuk acuan atau pedoman bagi peneliti selanjutnya yang megkaji dalam keilmuan yang sama atau topik yang sama
   d. Untuk melengkpi perpustakaan UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.
2) Kegunaan Praktis
   a. Masyarakat penelitian ini di harapkan juga dapat menjadi sumber informasi dan bacaan bacaan bagi masyarakat dalam memahami

strategi pengelolaan pasar tradisional dalam menigkatkan pendapatan masyarakat di pasar Rakyat Koto Alam.

b. Pengelola

Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi pengelola pasar sebagai bahan masukan dalam mempromosikan pasar tradisional terutama di tigo koto silungkang sehingga dapat menarik pedagang maupun masyarakat untuk tetap memilih pasar tradisonal.

F. Penjelasan Judul

Agar tidak terjadi kesalah pahaman tentang judul proposal ini maka penulis memberikan penjelasan tentang beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Strategi adalah rencana atau pendekatan yang dirancang untuk mencapai tujuan atau sasaran tertentu. Strategi biasanya melibatkan analisis situasi, identifikasi tujuan, dan pengembangan langkah-langkah yang akan diambil untuk mencapai hasil yang diinginkan.[12]
2. Pengelolaan adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya (manusia, material, keuangan, atau lainnya) untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien dan efektif. Pengelolaan bertujuan untuk memanfaatkan sumber daya yang ada

[12] reswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach.

dengan optimal sambil memperhatikan keberlanjutan dan keberhasilan tujuan organisasi atau individu.[13]

3. Pasar tradisional adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi barang atau jasa secara langsung. Biasanya, pasar ini ditandai dengan sistem tawar-menawar harga dan menjual berbagai kebutuhan sehari-hari seperti bahan pangan, pakaian, dan barang rumah tangga. Pasar tradisional biasanya dikelola oleh pemerintah daerah, koperasi, atau pihak swasta tertentu.
4. Pendapatan adalah arus kas masuk yang berasal dari kegiatan normal perusahaan dalam penciptaan barang atau jasa yang mengakibatkan kenaikan aktiva dan penurunan kewajiban.[14]
5. Pedagang adalah individu atau badan yang melakukan kegiatan jual beli barang atau jasa di pasar, baik secara langsung maupun melalui perantara, dengan tujuan memperoleh keuntungan.[15]

[13] Terry, G. R. (2018). Principles of Management. Robbins, S. P., & Coulter, M. (2019). Management.

[14] Sadono Sukirno,'Teori Pengantar Mikro Ekonomi,'2020

[15] Nikmah,' K *ajian Perilaku Pedagang Tradisional,'*2020

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Strategi

1. Pengertian strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus selain itu strategi dapat di artikan menurut beberapa ahli:

a. Freddy Rangkut definisi strategi sebagai tindakan yang bersifat incremental dan terus-menerus, sesuai dengan sudut pandang pelanggan di masa depan.[16]
b. Richard L. Daft mengintegrasikan pandangan Hamel dan Prahalad tentang strategi sebagai tindakan yang terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.[17]

Segmentasi Pasar Segmentasi pasar adalah sebuah strategi dimana sumber daya pemasaran dirancang untuk segmen yang telah didefinisikan. Dalam implementasinya kegiatan segmentasi pasar adalah memilah-milah konsumen dalam kelompok yang mempunyai kesamaan kebutuhan atau kesamaan karakter yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya. [18]

Dalam teori dan praktek, konsep strategi sebagai alat mengelola sumber daya organisasi baik laba maupun non-laba untuk mencapai tujuan

[16] Freddy Rangkuti,' *Analisis SWOT dan Teknik dan Strategi Membedah Bisnis,'2020,'* Gramedia Pustaka Utama

[17] Richard L. Daft.' *Management: Strategy and Organization,'2023,'* Cengage Learning

[18] Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., MsiDr. Ahmad Syarief Iskandar,' STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi

merupakan fenomena yang relatif muda. Sejalan dengan perkembangan organisasi, kemajuan teknologi, meningkatnya persaingan, serta berbagai kondisi lingkungan lainnya berbagai organisasi menjadi semakin kompleks dan pengelolaan sumber dayanya menjadi semakin rumit. Kompleksitas ini menyebabkan makin pentingnya formulasi strategi agar organisasi dapat terus berkembang dengan sehat

Pada tahun 1900-an pada saat lingkungan bisnis masih relatif statis muncul konsep strategi sebagai satu perencanaan (terutama dalam keuangan) dikenal istilah Budget/Control, yang merupakan rencana jangka pendek (satu tahun). Karena rencana jangka pendek ini dianggap tidak memadai, dan adanya kecenderungan masa lalu kadangkala tidak sama [19]dengan yang datang, muncullah konsep baru yang dikenal dengan perencanaan jangka panjang (long-range planning) pada tahun 1950-an. Konsep long-range planning yang lebih bertumpu pada kecenderungan masa lalu untuk membuat perencanaan jangka panjang akhirnya juga dianggap tidak memadai, maka muncullah Strategic Planning (perencanaan strategis) pada tahun 1960-an.

Dari beberapa survei yang pernah dilakukan terhadap beberapa perusahaan, maka diperoleh beberapa kesimpulan umum tentang pengertian strategi. Kelompok pertama menyatakan bahwa strategi adalah filosofi dari perusahaan. Hal ini dinyatakan oleh contoh satu statement seperti “tujuan kami adalah untuk membuat produk yang menjadi market leader”.

[19] M. Irhas Effendi,Titik Kusamantini,’MANAJEMEN STRATEGI EVALUASI PENDEKATAN DAN METODOLOGI PENELITIAN.

Kelompok kedua yang cukup besar mengatakan atau mengartikan strategi sebagai mission statement, yang salah satu contoh mission statement tersebut berbunyi seperti ini, “Kami memiliki komitmen untuk membangun bisnis kami yang bersiafat global dan memiliki pengaruh yang signifikan di setiap pasar utama”. Kelompok ketiga mendefenisikan startegi sebagai.[20] Statement yang spesifik tentang competitive advantage atau keunggulan bersaing

2. Manajemen pengelolaan pasar

Pengelolaan yang dilakukan oleh para manajer. Manajemen melibatkan aktivitas-aktivitas koordinasi dan pengawasan terhadap pekerjaan orang lain, sehingga perkerjaan tersebut dapat diselesaikan secara efisien dan efektif.Berdasarkan manajemen pengelolaan, pasar dibagi menjadi dua yaitu pasar tradisional dan pasar modern prinsip-prinsip manajemen pengelolaan.

Prinsip efisiensi dan efektifitas efisiensi dan efektifitas merupakan bagian dari prinsip-prinsip manajemen. Titik tolak pelaksanaan manajemen dalam organisasi semaksimal mungkin memanfaatkan semua sumber, tenaga, dana dan fasilitas yang ada secara efisien. Fungsi-fungsi manajemen dioprasionalisasikan dengan mempertimbangkan sarana dan prasarana yang seirama dengan keadaan dan kemampuan organisasi, artinya dengan menghemat biaya dan memperpendek waktu pelaksanaan kegiatan, tetapi memperoleh hasil yang optimal. Agar prinsip efisiensi terlaksana, semua

[20] Dr. Cuk Jaka Purwanggono ST,MM,’PENGUATAN STRATEGI DALAM MENGANTISIPASI DISRUPTION PERUBAHAN LINGKUNGAN BISNIS.

objek organisasi harus dikelola dengan baik sehingga penerapan prinsip efisiensi benar-benar relevan dengan tujuan yang hendak dicapai.

a. Hubungan kerja yang fungsional dan berjalan dengan baik akan mempermudah pelaksanaan efisiensi yang menjadi prinsip manajemen.
b. Prinsip pengelolaan Prinsip pengelolaan didasarkan pada langkah-langkah manajemen yang fungsional, yaitu merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan dan mengkontrol. Dengan demikian target yang dituju dengan mudah dapat dicapai dengan baik. Perencanaan yang dilakukan berpijak pada visi dan misi yang jelas sehingga program-program yang dijadwalkan dibuat secara sistematis dan mendahulukan skala prioritas sebagaimana mengatur dan menjadwalkan program jangka panjang, jangka menengah dan jangka pendek.
c. Prinsip pengutamaan tugas pengelolaan Prinsip pengutamaan tugas pengelolaan (manajer) adalah orang yang bertanggung jawab penuh dalam pelaksanaan organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Internal artinya melaksanakan proses pengadministrasian semua aktifitas organisasi yang merupakan tugas utama manajer, sedangkan eksternal adalah pelayanan manajerial terhadap semua kepentingan publik yang berkaitan dengan aktifitas manajeman di luar kelembagaan. Dengan tanggung jawab manajer tersebut, pengutamaan tugas pengelolaan bukan semata-mata berkaitan dengan manajerial

internal karena manajerial internal sangat berkepentingan dan memiliki 29 hubungan fungsional dengan manajerial eksternal. Sebagaimana bagian produksi bekerja sama dengan bagian promosi dan bagian promosi berhubungan lansung dengan masyarakat. [21]

d. Prinsip kepemimpinan yang efektif Prinsip pemimpinan yang efektif harus memiliki kebijaksanaan dalam mengambil keputusan, tidak bertele-tele dan menghemat waktu, artinya tegas, lugas, tuntas dan berkualitas. Ia wajib mengembangkan hubungan baik dengan semua bawahannya, cerdas merealisasikan human relationship. Manajer yang baik adalah manajer yang tidak menyalahkan bawahan, tetapi mengingatkan dan menyarankan. Demikian juga bawahan yang baik tidak pernah menggugat kepada atasan, tetapi meluruskan dan menyadarkan sepanjang masih dalam konteks profesionalitas yang ada diatas aturan yang disepakati.

3. Manajemen Pasar Tradisional

Pada dasarnya manajemen pasar tradisional meliputi pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional pengelolaan dan pemberdayaan pasar tradisional. Pengelolaan pasar tradisional[22] adalah penataan pasar tradisional yang meliputi perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian pasar tradisional, sementara pemberdayaan pasar tradisional adalah segala upaya pemerintah daerah dalam melindungi keberadaan pasar tradisional agar

[21] Budi Harto**.** *Manajemen Strategis,'***(2022)**

[22] Achmad Choerudin,'Manajemen Pasar Tradisional dan Modern,'2021.

mampu berkembang lebih baik untuk dapat bersaing dengan pusat pembelanjaan dan toko modern.

Pengelolaan pasar tradisional meliputi perencanaan dan kelembagaan. Bagian perencanaan meliputi :

a. Bupati/Walikota melalui kepala SKPD melakukan perencanmaan pasar tradisional.
b. Perencanaan pasar tradisional meliputi perencanaan fisik dan perencanaan non fisik.
c. Perencanaan fisik meliputi, penentuan lokasi, penyediaan fasilitas bangunan dan tata letak pasar dan sarana pendukung. Perencanaan fisik berlaku untuk pembangunan pasar baru. Perencanaan fisik berlaku untuk revitalisasi pasar lama.
d. Penentuan lokasi antara lain, mengacu pada RT/RW Kabupaten/Kota, dekat dengan pemukiman penduduk atau pusat kegiatan ekonomi masyarakat dan memiliki sarana dan prasarana transportasi yang pasar baru yang akan dibangun. menghubungkan Ibukota Kabupaten/Kota, Kecamatan dengan lokasi

   Fasilitas bangunan dan tata letak pasar antara lain bangunan toko/kios/los dibuat dengan ukuran standar ruang tertentu, petak atau blok dengan akses jalan pengunjung kesegala arah, pencahayaan dan sirkulasi udara yang cukup, penataan toko/kios/los berdasarkan jenis barang dagangan dan bentuk bangunan pasar tradisional selaras dengan karakteristik budaya daerah.

e. Sarana pendukung antara lain kantor pengelola, area parkir, tempat pembuangan sampah sementara/sarana pengelolaan samapah, air bersih, sanitasi/drainase, tempat ibadah, toilet umum, pos keamanan, tempat pengelolaan limbah/instalasi pengelolaan air limbah, hidran
f. dan fasilitas pemadam kebakaran, sarana komunikasi dan area bongkar muat dagangan.

Tujuan dari manajemen pasar tradisional adalah sebagai berikut :

a. Menciptakan, memperluas dan meratakan kesempatan kerja dibidang perdagangan.
b. Meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.
c. Memanfaatkan sumber daya milik pemerintah daerah untuk kepentingan masyarakat
d. Memberikan kesempatan kepada masyarakat ata badan dalam mengelola dan memanfaatkan pasar untuk kemajuan daerah.
e. Mempertahankan, menjaga dan melestariakn pasar sesuai peran dan fungsinya sebagai lembaga ketahanan ekonomi, sosial dan budaya.

4. Konsep Pendapatan

Setiap orang memiliki pendapatan yang berbeda, penghasilan seseorang tergantung dari penawaran dan permintaan untuk kerja orang tersebut, yang pada gilirannya tergantung dari kemampuan alami, modal manusia, diferensial kompensasi, diskriminasi, dan seterusnya.

a. Pengertian Pendapatan

Menurut Winardi pengertian pendapatan adalah sebagai saluran penerimaan baik berupa uang maupun barang baik dari pihak lain maupun dari hasil sendiri yang dimulai dengan sejumlah uang atau jasa atas dasar harga yang berlaku pada saat itu.

Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumahtangga selama jangka waktu tertentu. Definisi lain dari pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan, dengan demikian pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat. Sebagaimana pendapat di atas, bahwa pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat, oleh karenanya setiap orang yang bergelut dalam suatu jenis pekerjaan tertentu termasuk pekerjaan di sektor informal atau perdagangan, berupaya untuk selalu meningkatkan pendapatan dari hasil usahanya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya dan sedapat mungkin pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan taraf hidup keluarganya.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang.

Walaupun secara fisik pasar dibangun dengan baik, manfaat ekonomi bagi masyarakat sangat tergantung dengan penggunaan pasar.

ada banyak faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang di pasar, antara lain:

1) Manajemen pasar
2) Pemerintahan desa atau masyarakat desa memilih tim manajemen untuk mengelola pasar
3) Tim manajemen pasar mempunyai beberapa tugas utama :
4) Harus mengatur siapa yang dapat menggunakan los atau kios.
5) Harus menggumpulkan ongkos dari para penjua
6) Harus mempunyai arsib administrasi.
7) Harus membayar seluruh tagihan kepada seluruh orang yang bekerja di pasar.

Pembeli utama adalah orang desa yang perlu membeli makanan, kain, baju, dan barang yang dibutuhkan untuk rumahnya. Sebagian dari pembeli adalah orang dari desa lain yang berdekatan, karena mereka cepat memerlukan sesuatu yang ada di pasar desa ini dan tidak ada di pasar lain yang lebih berdekatan. Pembeli dari luar jika desa mempunyai hasil kerajinan atau hasil bumi yang dapat dibeli untuk dijual ditempat lain, seperti di kota.

Komoditi yang dijual komoditi yang biasa dalah makanan, minuman, kain dan baju komoditi lain adalah barang yang dibutuhkan oleh orang desa, seperti barang untuk dapur atau peralatan kecil untuk pekerjaan. Satu komoditi istimewa adalah produk kerajinan yang ingin dibeli oleh orang dari luar. Barang-barang mungkin dibeli karena

kebutuhan sendiri atau dibeli supaya dapat dijual oleh mereka di tempat lain Di tempat tertentu, barang kerajinan serta makanan dan minuman dijual karena kepariwisataan.

5. Konsep Pedagang

a. Pengertian Pedagang

Pedagang adalah orang yang melakukan perdagangan, memperjualbelikan barang yang tidak diproduksi sendiri untuk memperoleh suatu keuntungan.Sedangkan pedagang kecil adalah orang yang dengan modal yang relatif sedikit melaksanakan aktifitas produksi dalam arti luas (produksi barang, menjual barang dan menyelenggarakan jasa) untuk memenuhi kebutuhan kelompok konsumen tertentu dalam masyarakat usaha yang mana dilaksanakan ditempat-tempat yang dianggap strategis dan ekonomis dalam suasana lingkungan yang informal."

b. Indikator Pedagang

Adapun indikator pedagang antara lain: Kemampuan pedagang kaki lima dalam menyewa ruko Kemampuan pedagang kaki lima dalam menyewa ruko yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat kemampuan pedagang kaki lima untuk menyewa ruko.

Indikator kemampuan menyewa ruko dalam penelitian ini menggunakan sub indikator sebagai berikut:

1) Pendapatan yang dihasilkan Pendapatan adalah hasil pendapatan harian pedagang kaki lima berupa pendapatan kotor dari hasil

penjualan yang dihitung dalam satuan rupiah. Pendapatan yang didapatkan tidak tetap setiap harinya karena hasil pendapatan tergantung pada pembeli.

2) Sumber modal menjalankan usaha dagangnya.
3) Jumlah tanggungan Sumber modal yang dimaksud adalah sumber modal pedagang kaki lima berdasarkan sumber asal kepemilikan modal usaha dalam Jumlah tanggungan yang dimaksud adalah jumlah jiwa yang menjadi beban tanggungan pedagang kaki lima dalam kehidupan sehari-harinya. Jumlah jiwa menunjukan kemampuan dan seberapa besar tanggung jawab pedagang kaki lima yang secara langsung dan tidak langsung harus dihidupinya dalam kebutuhan sehari harinya.

Jenis pedagang kaki lima yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jenis pedagang yang ditentukan berdasarkan persamaan bentuk produk yang diperdagangkan oleh pedagang kaki lima di trotoar. Kriteria kesamaan produk ditentukan dengan pegamatan langsung dan bentuk kriterianya berupa jenis pangan (bentuk konsumsi langsung), sandang (bentuk pakaian dan segala atributnya), lain-lain (bentuk berupa segala bentuk dagangan yang diperjualbelikan pedagang kaki lima kecuali bentuk jenis pangan dan jenis sandang seperti yang telah disebutkan).

Persepsi pedagang akan lokasi yang strategis yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hasil persepsi pedagang akan lokasi yang

strategis bagi suatu tempat usaha dagangnya. Indikator persepsi pedagang kaki lima akan lokasi yang strategis dalam penelitian ini menggunakan sub indikator sebagai berikut:

Pusat kegiatan/keramaian Pusat kegiatan/keramaian menerangkan bagaimana keadaan jalan menurut para pedagang kaki lima sebagai lokasi tempat usaha dagangnya dapat cocok atau tidak menjadi tempat dagangnya.

1) Keterjangkauan menjemput konsumen keterjangkauan menjemput konsumen menerangkan bagaimana menurut para pedagang kaki lima dalam mendapatkan konsumen
2) Keterjangkauan tempat tinggal dengan tempat usaha

   Keterjangkauan tempat tinggal dengan tempat usaha yang dimaksud merupakan jarak antara lokasi berdagang pedagang kaki lima dengan kediaman pedagang tingggal. Jarak antara tempat tinggal dengan tempat berdagang pedagang merupakan suatu hal lokasi berdagang. yang dapat mempengaruhi keputusan pedagang dalam memilih
3) Biaya pengeluaran untuk tempat usaha biaya pengeluaran tempat usaha yang dimaksud adalah bagaimana biaya pengeluaran untuk tempat usaha yang dirasakan oleh pedagang kaki lima selama usaha dagangnya berjalan. Biaya pengeluaran untuk tempat usaha

merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh pedagang untuk tetap bisa menjalankan usaha dagangnya di trotoar jalan.[23]

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

Nama penulis	Tahun	Judul	Hasil temuan
Farida Riani1, Syafruddin	2024	Analisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Seketeng Sumbawa Besar Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	AHP adalah metode yang bisa digunakan untuk pengambilan keputusan dengan beberapa tujuan atau kriteria untuk memilih keputusan tertentu. AHP dikembangkan oleh Thomas L. Saaty
Erwin Saputra	2024	Analisis Pasar Tradisional terhadap Peningkatan Pendapatan	Studi ini menganalisis dampak pasar tradisional menjadi pasar modern terhadap peningkatan pendapatan pedagang, dengan fokus pada k asus Pasar Modern.
Mia Arryyesti, U. Sulia Sukmawati, Fitri Apriani	2024	Analisis Pengelolaan Pasar Rakyat dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang	enelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan Pasar Rakyat dalam meningkatkan pendapatan pedagang di Desa Tebas Kuala, Kecamatan Tebas, serta tinjauannya dari

[23] Indah superti,' ANALISIS MANAJEMEN PENGELOLAAN PASAR TRADISIONAL GUNA MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG KECIL'PT.RAJA GRAVINDO.2022,Hal.5

			perspektif ekonomi Islam
Siti Qomariyah	2024	Analisis Pengelolaan Pasar Tradisional dan Sumber Daya Pedagang terhadap Pendapatan Pedagang pada Pasar Tradisional	Penelitian ini membahas bagaimana pengelolaan pasar tradisional dan pemanfaatan sumber daya pedagang mempengaruhi pendapatan pedagang di Pasar Tradisional
S. Rahmadi dan Dwi Hastuti	2024	Peran Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Aur Duri	Peran Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Pasar Rakyat Aur Duri
Wiwi Arwiningsi	2024	Strategi Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan pendapatan Pedagang	Penelitian ini menemukan bahwa pengembangan pasar tradisional melalui peningkatan infrastruktur fisik dan penerapan teknologi dapat meningkatkan kepuasan pedagang.
Hendrianto	2023	Strategi Pengelolaan Pasar Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Pasar Segamas *Purbalingga)*.	Kajian ini menunjukkan bahwa strategi promosi, kerjasama dengan koperasi, dan penyuluhan tentang kebersihan serta

			penataan produk dapat meningkatkan pendapatan pedagang
Gifta Alfina Febriana	2023	Strategi Pengelola Pasar Tradisional Terhadap Keberadaan Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi defensif seperti perbaikan sarana dan prasarana serta pendampingan pedagang dapat menjaga daya saing pasar tradisional terhadap pasar modern
Sakur	2023	Srategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Pendapatan Pedagang Di Pasar Bundeg Desa Durin.	Penelitian ini menemukan bahwa pengembangan pasar tradisional melalui peningkatan
Fahrur Rozi	2023	Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Islam	fasilitas dan promosi pasar dapat meningkatkan kepuasan serta pendapatan pedagang Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan pasar tradisional dengan pendekatan ekonomi Islam dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan pedagang

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Pada penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang merupakan suatu Upaya untuk memahami fanomena sosial yang sedang terjadi yang melalui interpetasi dan analisis mendalam Dalam konteks ini penelitian menggunakan metode deskriptif guna untuk mengambarkan dan menjelaskan fanomena yang sedang di amati tanpa melakukan maniputalif atau rekayasa.

Metode deskriptif dalam penelitian kualitatif ini memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman secara mendalam tentang kenyataan sosial yang dilihat dari sudut pandang partisipan. Dengan melibatkan metode observasi lapangan, wawancara, dan dokumentasi, peneliti dapat menafsirkan dan menggabarkan fanomena yang terjadi dengan cara lebih alami dan mendalam. Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif memberikan kontribusi yang berharga dalam mengungkap dan memahami kenyataan sosial yang melalui interprestasi yang mendalam. Melalui analisis yang cermat, peneliti dapat menyimpulkan yang menambah pemahaman tentang berbagai aspek kehidupan sosial yang bermacam-macam.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian adalah Nagari Koto Alam Kec.Palembaya Agam.Alsan memilih tempat penelitian ini adaah agar

dapat mengetahui bagaimana Strategi Pengelolaan Paar Tradisional Dalam Menigkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Agam.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini mulai dilakukan pada bulan April 2025 sampai dengan selesai.

C. Jenis dan Sumber Data

Mengumpulkan data merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian.Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data primer data

Adalah data yang diperoleh secara langsung melalui observasi dan wawancara langsung pada sumber informasi yang dicari atau melalui wawancara dengan pengelola pasar secara langsung. Dalam data ini yang menjadi data primer pengelola pasar sebagai sumber informasi bagi pedagang.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung atas permasalahan yang akan dibahas, yang diperoleh dari berbagai sumber baik berupa jurnal, buku, skripsi, maupun website lainnya.

D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang memberikan informasi yang di perlukanoeleh peneliti pada saat peneliti melakukan penelitian. Informan peneliti pada saat peneliti di ambil secara *purposive sampling.*Adapun informan penelitian

ini adalah pengelola pasar dan para pedagang di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam.

E. Teknik dan Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi dan mengetahui permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini peneliti akan mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung melalui pengamanan dilapangan terhadap aktivitas yang akan dilakukan untuk mendapatkan data tertulis wawancara yang dianggap relevan.

2. Teknik Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi respon antara penanya dan narasumber yang bertujuan untuk mendapatkan informasi. Dalam hal ini peneliti mengadakan tanya jawab langsung dengan infiseman atau pelaku usaha.

3. Teknik dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan untuk merekam dan menyimpan berbagai data penting yang dihasilkan oleh kegiatan dokumentasi pada penelitian digunakan untuk mendapatkan gambar atau foto pada saat melakukan penelitian

F. Teknik Analisis Data

Dalam analisis data kualitatif prses mencari dan menyususun secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara Catatan lapangan dan bahan-bahan

lain sehingga mudah dipahami dan tentunya dapat di informasikan kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu model interetif[24].

Analisis menurut Miles dan Huberman dibagi dalam empat alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan. Ketiga alur tersebut diantarannya:

1. Data *Collection*

Data dalam penelitian kualitatif umumnya berupa narasi deskriptif kualitatif, kalaupun ada data dokumen yang bersifat deskriptif. Tidak ada analisis data secara ststistik dalam penelitian kualitatif. Analisisnya bersifat naratif kualitatif, mencari kesamaan dan perbedaan informasi.

Data *collection* adalah merupakan bagian dari analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data dengan cara sedemikian rupa hingga simpulan-simpulan akhirnya dapat ditarik dengan sedemekian, data kualitatif dapat disederhanakan dan di transformasikan dalam aneka macam cara melalui seleksi ketat. Melalui ringkasan atau uraian singkat, mengolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Proses pemilihan, pemustaan perhatian pada penyerdahaan, pengabstrakan dan transformasi data yang muncul dari catatan-catatan lapangan.

2. Data *Display*

Penyajian yang dimaksut Miles dan Huberman, sekumpulan informasi tersusun yang memberi, kemungkinan adanya penarikan simpulan dan

[24] Sugiono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kualitatif). Bandung Alfabeta. (2009). Hal 334.

pengambilan Tindakan. Penyajian yang paling sering digunakan pada data kualitatif pada masa yang lalu adalah bentuk teks naratif. Teks tersebut terpencar pencar, bagian demi bagian dan bukan simultan, tersusun kurang baik, dan sangat berlebihan.

Pada kondisi seperti itu, peneliti menjadi mudah melakukan kesalahan atau bertindak secara ceroboh dan secara gegabah mengambil simpulan yang memihak, tersekat-sekat, dan tak berdasar. Manusia tidak cukup mampu sebagai pemroses informasi yang besar jumlahnya; kecenderungan kognitifnya adalah menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam satuan bentuk yang disederhanakan dan selektif yang mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Data *Condensation*

Kondensasi data mengacu pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstrak, dan/atau transformasi data yang muncul dalam kumpulan teks penuh secara sistematis pada catatan lapangan yang ditulis, transkrip wawancara, dokumen, dan bahan empiris lainnya.

4. *Conclusions*: *Drawing*/*Verifying*

Simpulan adalah intisari dari temuan penelitian yang menggambarkan pendapat-pendapat berdasarkan pada uraian-uraian sebelumnya atau,

keputusan yang diperoleh berdasarkan metode berpikir induktif atau deduktif. Simpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.[25]

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang akan digunakan penelitian dalam menganalisis ini diperoleh dari analisis secara deskriptif dengan prndekatan analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari *strenghs* (kekuatan), *Weakneses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman). Dimana SWOT ini dijadikan sebagai suatu model dalam menganalisis suatu organisasi yang eriorentasi sebagai profit dengan tujuan utama untuk mengetahui keadaan organisasi tersebut secara komprenshif.[26]

Penelitian dengan analisis SWOT bertumpu pada data primer yang didapatkan dari proses wawacara. Metode analisis SWOT dijadikan sebagi model analisis yang paling dasar untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Dalam penelitian ini untuk mengkaji informasi dengan analisis metode matrik SWOT.

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah yaitu analisis SWOT yang mencakup.

---

[25] Siti Fadjarajani, Mt,dkk. Metodologi penelitian pendekatan multidisipliner. (Gorontalo Ideas Puplishing). 2020, hal 203

[26] Irham Fahmi. *"Menajemen Toeri Kasus dan Solusi"* (Bandung. ALFABETA. 2014). Hal 343

1. *Strengths* (kekuatan)

Mengidentifikasikan faktor-faktkr internal yang menjadi keunggulan pengelolaan pasar, seperti tata letak, pendapatan pedagang, biaya sewa atau restribusi rendah,aturan berdagang, dan loyalitas pelanggan.

2. *Weaknesses* (kelemahan)

Mengambarkan faktor internal yang menjadi hambatan atau kekurangan dalam mengembangkan pengelolaan pasar, misalnya Pengelolaan Sampah yang Buruk Koordinasi Lemah antara Pengelola, dan Pedagang.

3. *Opportunities* (peluang)

Menggali faktor eksternal yang dapat dimanfatkan untuk mengembangkan pengelolaan pasar seperti Kebijakan Pemerintah dalam Pembinaan Pasar Ramah Lingkungan dan Inklusif.

4. *Threats* (ancaman)

Menyoroti faktor eksternal yang dapat menghambat perkembangan peneglolaan pasar misalnya lemahnya kuranganya penegakan aturan dan tata tertib, perubahan gaya hidup konsumen.[27]

[27] Safria Anita, Gusril Basir.” Strategi Pengelolaan Pasar Simpang Tiga Kec. Luhak Nan Duo Kab. Pasaman Barat”. Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Vol. 1, No. 4 Oktober 2023

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Nagari Koto Alam Kec.Palembayan Agam

1. Sejarah Nagari Koto Alam

Salareh Aia Timur merupakan salah satu nagari yang terdapat dalam kecamatan Palembayan, kabupaten Agam, provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Nagari Salareh Aia Timur terdiri dari 4 (empat) Jorong, yaitu:

a. Jorong Kampung Tangah Barat
b. Jorong Kampung Tangah Timur
c. Jorong Koto Alam
d. Jorong Subarang Aia

Kecamatan Palembayan terdiri dari 6 Nagari dan 36 Jorong dengan Jumlah penduduk sebanyak 31.492 Jiwa dan 6.272 KK.

a. Nagari Baringin Jumlah Penduduk 2.969, dengan 749 KK
b. Nagari Sipinang Jumlah Peduduk 1.096 dengan 268 KK
c. Nagari Sungai Puar Jumlah Peduduk 1.841 dengan 452 KK
d. Nagari Ampek koto Palembayan Jumlah Peduduk 4.850 dengan 1.198 KK
e. Nagari Tigo Koto Silungkang Jumlah Peduduk 8.287 dengan 1.592 KK
f. Nagari Salareh Aia Jumlah Peduduk 12.439 dengan 2.019 KK.

Palembayan secara Geografis.

Palembayan salah satu Kecamatan yang terluas di kabupaten Agam, diperkirakan pembukaan daerah Pemukiman pada pertengan Abad XIV.Menurut cerita tetua yang disampaikan secara turun temurun di palembayan, asal mulanya sbb:

Pada abad XIV mulany datang kedaerah ini empat pasukuan dari Kecamatan Tilatang kamang sebagai pendatang baru yang mencari daerah yang akan dijadikan lahan persawahan yang baru. Empat pasukuan tersebut sbb:

a. Dt.Bandaro kayo Pasukuan Sikumbang
b. Dt.Hitam Pasukuan tanjuang
c. Dt.bandaro Sati Pasukuan Jambak
d. Dt.Rajo Labiah Pasukuan Koto

Mereka sampai pada suatu perbukitan yang bertanah kering dan membuka lahan perladangan didaerah ini yang dinamakan Mariau Paladangan.disini mereka mempersiapkan tempat tinggal sementara dari situ mereka melihat suatu hamparan yang lus masih ditutupi hutan belukar yang mempunyai sumber air cukup berawa-rawa, yang banyak terdapat Limbat,itulah daerah yang dibuka untuk persawahan.dari banyaknya tangkapan ikan limbat tersebut banyak orang bertanya dari mana asalnya, mereka menjawab dari PALIMBEK-AN. Lama kelamaan nama Palimbeekan berubah sebutan menjadi PALEMBAYAN.

Nagari Ampek Koto Palembayan adalah salah satu Nagari dari Enam Nagari yang ada di Kecamatan Palembayan, Kabupaten Agam. Menurut sejarah yang dikisahkan oleh para tetua Adat di Kenagarian ini, Masyarakat Ampek Koto Palembayan, pada umumnya berasal dari Tilatang Kamang, atau lebih kita kenal sekarang dengan sebutan Kecamatan Tilatang Kamang. Dari Tilatang Kamang ada yang turun melalui Matur (Kecamatan Matur), Kecamatan Palupuh, dan ada yang langsung ke Paraman Nagari Sipinang (Kecamatan Palembayan) dengan tujuan merantau atau mengadu nasib, untuk mencari tempat tinggal dan penghidupan baru. Ini terbukti dengan adanya Simpang Balahan masyarakat di Kanagarian Ampek Koto Palembayan dengan Nagari-nagari asal tersebut di atas. Kejadian ini terjadi jauh sebelum masuknya penjajah Belanda ke Indonesia ± Abad ke XIV.

Sesampai di Matur, rombongan terbagi dua, sebagian menuju Maninjau dan sebagian lagi menuju Palembayan. Sedangkan yang dari Palupuh dan Paraman juga demikian, ada yang menuju Palembayan dan sebagian menuju Kumpulan Kabupaten Pasaman Timur. Rombongan ini tinggal dan menetap dimana tempat yang terasa nyaman bagi mereka untuk hidup, dengan membentuk Kesatuan Adat masing-masing, sehingga terbentuklah 4 Kesatuan Ninik Mamak yang kemudian di jadikan sebagai dasar Nama Nagari, yaitu Nagari Ampek Koto Palembayan. Empat Kesatuan Niniak Mamak tersebut adalah :

a. Koto Palembayan Tangah, dengan Kesatuan Niniak Mamak Nan 30
b. Koto Piladang, dengan Kesatuan Niniak Mamak Nan 19

c. Koto Bamban, dengan Kesatuan Niniak Mamak Nan 17
d. Koto Koto Tinggi, dengan Kesatuan Niniak Mamak Nan 14

Dengan Kesatuan Niniak Mamak Nan Ampek tersebut, maka disatukanlah di Nagari Ampek Koto Palembayan dengan Kerapatan Adat Nan 80, karena jumlah Kesatuan masing-masing Niniak Mamak Nan Ampek berjumlah 80.

Disaat pemerintahan Nagari sebelum pemerintahan Desa tahun 1975, Pemerintahan diwaktu itu dipegang oleh Niniak Mamak (Datuak), yang dipilih melalui Musyawarah seluruh Masyarakat, yang mana sistim Pemerintahan saat itu semata- mata merupakan Nagari Adat, setelah dibentuknya pemerintahan Desa pada tahun 1975 sampai dengan keluarnya Perda No. 31 tahun 1999 maka dibagilah Nagari Ampek Koto palembayan menjadi Lima Pemerintahan Desa, diantaranya :

1) Desa Piladang
2) Desa Pasar Palembayan
3) Desa Palembayan Tangah
4) Desa Ladang Makmur
5) Desa Bamban Koto Tinggi

Namun, mulai tahun 2001 Pemerintahan Desa berubah kembali menjadi Pemerintahan Nagari Ampek Koto Palembayan hingga Sekarang. [28]

[28] Data walinagi tigo koto silungkang

2. Profil Nagari Koto Alam

Koto Alam adalah sebuah jorong yang termasuk dalam Nagari Salareh Aia, Kecamatan Palembayan, Kabupaten Agam, Sumatera Barat. Secara administratif, Koto Alam terletak di Jorong Koto Alam, Desa/Kelurahan Salareh Aia, Kecamatan Palembayan, Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. Kode pos untuk wilayah ini adalah 26164. Kecamatan Palembayan:

Secara keseluruhan, Kecamatan Palembayan memiliki 6 nagari dan 36 jorong, dengan jumlah penduduk 31.492 jiwa dan 6.272 KK.

Nagari Salareh Aia sendiri memiliki jumlah penduduk 12.439 jiwa dengan 2.019 KK. Potensi Aren Kecamatan Palembayan, termasuk Nagari Ampek Koto, dikenal memiliki potensi aren.3.

3. Visi dan Misi Pengelolaan Pasar

Visi adalah suatu pernyataan tentang Gambaran keadaan atau karakteristik yang ingin dicapai oleh suatu Lembaga di waktu yang akan datang, visi itu sendiri tidak dapat dituliskan secara lebih jelas menerangkan detail gambar system yang ditujunya. Oleh kemungkinan kemajuan dan perubahan ilmu serta situasi yang sulit untuk diprediksi. Pernyataan visi harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga suatu visi mempunyai sifat yang fleksibel.

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan oleh lembaga dalam usahanya mewujutkan visi. Dalam operasionalnya oran berpedoman pada pernyataan misi yang merupakan hasil kompromi

interprestasi visi. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat memberikan petunjuk garis besar cara pencapaian visi[29].

Visi Pengelolaa pasar kecamatan palembayan yaitu Menyediakan fasilitas pasar yang layak, seperti sanitasi, keamanan, dan area parkir yang memadai, Mewujudkan pasar yang tertib, bersih, modern, dan berdaya saing guna pendapatan pedagang.

Misi Pengelolaan pasar kecamatan palembayan yaitu Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana pasar guna menciptakan kenyamanan bagi pedagang dan pengunjungMengembangkan sistem pengelolaan pasar yang transparan, profesional, dan akuntabel.

4. Profil Pengelolaan Pasar Tradisional Kecamatan Palembayan

Pasar Koto Alam di Kecamatan Palembayan, Kabupaten Agam, Sumatera Barat Berada di Koto Alam, Nagari Salareh Aia, Palembayan, AgamPasar tradisional di Kecamatan Palembayan memiliki peran penting sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat.

Namun, masih ditemukan berbagai kendala seperti fasilitas yang kurang memadai, pengelolaan yang belum optimal, dan kurangnya strategi pemasaran Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan pasar yang lebih baik untuk meningkatkan pendapatan pedagang dan perekonomian lokal. Koto alam Merupakan pasar tradisional yang menjadi pusat perdagangan buah, sayur, beras**,** dan aneka hasil pertanian secara eceran**.** Pasar ini dikenal juga sebagai tempat distribusi beras lokal (Bareh Palembang) Nagari Ampek

[29] Dr.F.W.Langgitan ,S.pd.,M.Kes.,AIFO. Buku ajarar dasar-dasar menajemen olahraga. Jawa Tengah : PT Nasya Exspanding Menagement. 2024. Hal 120

Koto Palembayan di sekitar pasar dikenal sebagai penghasil gula aren berkualitas tinggi, dengan potensi UMKM yang sedang dikembangkan oleh masyarakat dan mahasiswa KKN Unand.

B. Hasil Peneltian

1. Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam

Berdasarkan faktor-faktor manajemen pengelolaan diatas masih belum terealisasi di pasar tradisional koto alam, inisiatif dari pihak pengelola pasar tentunya sangat diperlukan yaitu dengan mengatur atau mentata para pedagang untuk menyewa los atau kios yang masih kosong didalam pasar namun hal itu hanyalah keinginan para pedagang yang telah menyewa semata dan belum terealisasi.

Hal tersebut juga berpengaruh terhadap pendapatan para pedagang yang berjualan di dalam pasar koto alam agam, seperti yang tertera dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.1

Pendapatan Pedagang

Jenis kios	Pendapatan sebelum	Pendapatan sesudah
Los ikan	Rp.3.000.00/hari	Rp.2.000.000/hari
Los sayuran Los sembako	Rp. 300.000/hari Rp.5.000.000	Rp.200.000 Rp .3.000.000

Sumber diperoleh hasil wawancara dengan beberapa pedagang,2025

Berdasarkan dari tabel diatas jumlah pedagang yang banyak berpengaruh dengan adanya pedagang yang berjualan dibahu jalan adalah para pedagang los los sembako, los sayuran dan los ikan. Rata-rata para pedagang mengalami penurunan pendapatan.

a. Sistem pengelolaan di pasar tradisioanal pasar koto alam dari pengelola.

   Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak syafruddin pengelola pasar mengatakan peran masyarakat dalam menigkatkan pendapatan pedagang pasar yaitu:ikut serta dalam pelaksanaan jual beli dan terlibat dalam di dalam nya.pasar di lakukam setiap sekali semingu yaitu pada hari minggu saja, mulai dari pukul 10- 5 sore dan pedagang yag rame cenderug ke sore karna harga lebih murah juga, karna sebagian kalau siang masyarakat sibuk beraktivitas.Masyarakat yang berbelaja kesana beragam juga dari masyarakat koto alam aja.ada yang dari jorong tantaman.silugkang,gumarang, dan banyak nagari lainnya.

   Berdasarkan hasil wawancara dengan pak syafruddiin selaku pengelola mengatakan strategi yang di lakukan pemerintah dalam meningakatan pendapatan pedagang yaitu: dalam pengelolaan pasar tradisional koto alam beliau mengatakan karna pasar di kelola olerh niniak mamak 21 maka keterliabatan pemerintah tidak ada tetapi pemerintah hanya mengawasi saja seperti dan jika klau ada yang di perlukan maka proposal akan di ajukan ke kantor walinagari untuk

memeuhi kebutuhan seperti bantuan fisik fasilitas wc,mushalla,kios dan yang lain di rasa perlu,untuk keperluan pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pak syafruddiin selaku pengelola mengatakan kontribusi niniak mamak/kepala kaum dalam mendukung kesejahteraan pedagang pasar yaitu:pasar rakyat koto alam di kelola oleh niniak mamak 21 dari niniak mamak tersebut juga di bentuk seorang pengurus yang mengelola pasar tersebut seperti uang kebersihan tiap minggu nya yang di gunakan ntuk kepentingan atau keperluan pasar itu sendiri, dan akan menaggih sewa apabila sudah jantuh tempo, dan peran niniak mamak itu sendri juga menja agar pasara agar tetap terjaga kenyamanan para pemebeli maupun penjual yang yang ada dalam pasar.

Berdasarkan keterangan dengan pak syafruddiin selaku pengelola mengatakan kalaborasi antara niniak mamak/pemerintah agar terciptanya pasar yang produktif yaitu: dalam pengelolaan pasar terrsebut karena di kelola oleh niniak mamak sekitar saja jadi kerja sama anata kedua belah pihak itu sendiri dengan di adakan rapat satu sekali setahun untuk membicarakan atau ada kekuranagan dalam pasar atau akan ada acara yang di adakan oleh pihak pemerintah karena pasar tersebut ada 2 tingkat jadi yang di pakai hanya tingkat bawah saja, dan tingkat di atas akan di gunakan ketika perlu saja seperti ada acara pemilu,walianagri mememinta izi kepada pengelola, dan seperti

musim covid-19 tempat itu juga di gunakan untuk kepentingan masyarakaat.

Berdasarkan keterangan dengan pak syafruddiin selaku pengelola mengatakan peran wali nagari dalam pengembagan pasar tradisional yaitu: peran aktif walinagari hanya menyetujui apabila ada proposal yang di ajukan oleh pihak pengelola dan apila ada laporan yang diberikan oleh pihak pengelola maka walinagari akan menyetujui laporan teresebut.

Berdasarkan keterangan dengan pak syafruddiin selaku pengelola mengatakan langkah pengelola dalam dalam menigkatkan daya saing pedagang yaitu: memberikan tempat sesuai degan apa yang mereka jual seperti buah,sayut mayur,ika, daging, ayam pakain dan lainyya, tetapi masih banyak pedagang yang tidak mematuhi aturan dan tidak berjualan sesuai tempat yang telah di sediakan oleh peihal pengelola itu sendiri, karena banyak pedagang yang tidak taat aturan maka tata letak pasar tidak sesuai kios yang telah di sediaka oleh pihak pengelola itu sendiri.

Berdasarkan keterangan dengan pak syafruddiin selaku pengelola mengatakan strategi yang di lakukan oleh pihak pengelola pasar dalam menigkatkan pendapatan sembako yaitu: dalam jual beli di pasar pengelola akan berusaha agar semua pendapatan pedagang itu merata atau meingakat tiap minggunya dalam berjualan seperti akan mengarahkan kepada setiap penjualny agar jangan terlalu mencolok

dalam perbedaan atara pedagag tidak membedakan antara pedagang sembako dengan pedagang lainnya berusaha agar pendapatan meraka semua menigkat dalam berjualan.

Menurut hasil wawancara dengan pak syaffrudiin mengatakan pengelola pasar bisa membantu pedagang aksesoris dan tas bersaing dengan produk lain yaitu: pengelola pasar akan mengarahkan kepada pedagang agar semua dagang itu sejenis sesuai tempatnya agar nanti pada saat pembeli mencari tidak susah payah mencari los nya, dan pembeli pun tidak akan keliling mencari barang yang di butuhkan, tetapi dalam pasar terlihat para pedagang tersebut yang tidak bisa mematuhi atauran dan yang telah di tetepakan oleh pengelola, jadi apilla kita mau perhiasan atau aksesris maka akan berajalan dalam kios yang berdekatan dengan pakaian, dan jika kita ingi membeli tas maka kita akan berajalan ke kios yang berdekatan dengan pejual sembako.

Berdasarkan keterangan dengan pak syafruddiin selaku pengelola mengatakan peran pengelola dalam pelatihan pagi pedagang daging,ikan asin dan telur dalam menigkatkan pendapatan.yaitu: meberikan tempat atau kios sesuai dengan pedagang dan agar nantinya agar pembeli tidak susah mecari barang yang di butuhkan seperti ikan asin,daging satu tempat saja apabila meraka tidak membeli yang mahal ada yang murah yang di beli seperti ikan asin,kerna harga daging terlau mahal di lihat dari ekonomi masyarkat, dan tidak ada

yang mau beli ikan asin makan bisa mampir ke toko sembako untuk membeli telur untuk kebutuhan satu minggu tersebut harga lebih murah di bandigkan daging.

Menurut hasil wawancara dengan pak syaffrudiin mengatakan apa penting nya pasar bagi pedagang ayam dalam penjualan yaitu:dalam pasar tempat semua pedagang sangat di butuhkan dalam pasar tersebut, seperti penjual ayam itu sendri sangat di butuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pembeli, dan pedagang ayam pun juga akan membutuhkan tempat yang sesuai dengan kios yang telah di sediakan karena limbah ayam tersebut juga sangat penting untuk menjaga kenyamanan pembeli apabila siap oprasi pasar akan di bersihkan kembali sampah atau kotoran yang beserakan.[30]

Pedagang ayam mengatakan bahwa pendapatan tidak selalu menetap kadang naik kadang turun,pendapatan menurun seperti hujan karna orang tidak mau keluar pasar,kalau pendapatan yang lebih itu seperti mau lebaran karna orang banyak yang memborong kadang satu orang ada membeli sekitar 5-7 ekor ayam.

b. Pasar tradisional menurut pendapat para pedagang pasar rakyat koto alam

Berdasarkan hasil wawancara dengan buk Meri pedagang sembako mengatakan lokasi dan penataan pasar memudahkan pembeli menemukan dagangannya yaitu: penataan yang di berikan sudah

[30] Wawancara dengan pak syaruddin, pengelola pasar

sesuai dengan yang dan mudah di cari oleh pembeli dan tidak terlalujauh kedalam dan jenis daganag yang lebuh mencolok dan banyak di cari yait cabe, bawang dn kebutuah dapur lainnya, pendapatan tidak selalu menigkat kadag menurun pendapatan yang lebih menigakta ketika mau lebaran karena banyak yang membutuhkan bumbu dapur terutama cabe karena rata- rata cabe setiap lebaran pasti menigakat,begitu pu sebaliknya pedapatan hanya biasa saja hanya ketika hari – hari tertentu saja yang meningkat.[31]

Menurut hasil wawancara dengan buk Ratna mengatakan selaku pedagang sembako jenis dagangan utama yang di jual yaitu dan penjualan beberapa bulam terakhir yaitu: jenis dagangan utama percabean merah atau hijau maupun acbe rawit dan penjual beberapa terahir selalu meningkat di kerenakan harga cabe sekarang kisaran 40-50/kg dan itu menguntugkan bagi penjual seperti buk ratna, jenis dagangan lainnya juga ada seperti sayur- sayuran tapi dagangan utama yang di jual percabean.[32]

Berdasarkan hasil wawancara dengan buk Lis mengatakan selaku pedagang sembako, yang dilakukan pengelola pasar untuk promsi pasar spanduk, media sosial, dan lainnya yaitu: dalam kegaiatan tersebut pihak pasar atau pun pemerintah tidak ada melakukan atau melakukan event-event tertentu yang bisa lebih

31 Wawancara dengan Buk Meri selaku pedagang sembako pasar koto alam

32 Wawancara dengan Buk Ratna selaku pedagang cabe pasar koto alam

menigkatkan pendapatan pedagang atau acara – acara atau sepertu pelatihan UMKM. [33]

Berdasarkan hasil wawancara dengan kak puja penjual gorengan mengatakan akses pelatihan kewirausahaan yang di lakukan pemerintah/pengelelola yaitu: dengan melakukan acara pelatihan atau melakukan untuk menigkatkan pendapatan pedagang sejauh ini belum pernah di lakukan oleh pihak-pihak tertentu.

Dilihat dari kondisi pasar memang tidak agak teratur letak nya kadang sudah di berikan tempat tetapi pedagang tersebut tidak mau mendengarkan apa kata pengelola yang sudah mengatur semuanya, pedangang tersebut mengatakan disini saja karna pembeli nya banyak disini dan rame di katakan bapak syaifuddin dalam wawancara tersebut selaku pengurus pasar, memang para pedagang terebut yang agak susah di atur.

Menurut hasil wawancara dengan masyarakat setempat buk Yuni, mengatakan pendapatan tidak menentu karna letak rukonya di belakang tertutup dengan los kain,karna dia tidak menyewa tempat milik sendiri jadii kendala nya hanya pembeli tidak nampak warunganya karna letak nya di belakang sekali, keluhanya juga banyak sampah yang masih berserakan dimana-mana padahal

[33] Wawancara dengan Buk Lis selaku pedagang sembako pasar koto alam

pengelola pasar tiap minggu selalu meminta uang kebersihan,itu sedikit yang menggangu kenyamanan pengunjung.[34]

Berdasarkan hasil wawancara dengan pembeli buk Dewi juga mengatakan fasilitas tempat parkir da tempat sampah yaitu: agak kurang nyaman dengan sampah yang kadang masih beserakan harusnya pengelola harus bisa menggunakan dana yang di kutip tiap minggu nya demi kenyamanan pembeli juga.[35]

Berdasarkan hasil wawancara dengan dengan buk Meli mengatakan selaku pembeli fasiltas tempah ampah atau kebersihan yaitu: selaku pembeli ayam juga mengatakan kebersihan pasar juga menetukan banyak nya pemebeli agar nyaman,kalau sampah yang beserakan akan mengannggu kenyaman pengujung.[36]

Berdasarkan hasil wawancara dengan mayarakat sekitar buk ani juga mengatakan agak tergangangu dengan bau sampah yang kurang nyaman bagi beliau karna rumah beliau di lingkugan pasar dan dekat dari pembuangan nya maka dia agak terganggu karna smpah itu di kumpulkan terlebih dahulu klau sudah penuh bara di buang ke sungai janiah.

---

34 Wawanacara dengan buk Yuni masyarakat pasar koto alam

35 Wawanacara dengan pembeli buk Dewi, pasar koto alam palembayan

36 Wawanacara dengan pembeli buk Meli pasar koto alam

Tabel 4.2

Sarana dan prasarana Pasar koto alam

No	Sarana dan prasarana	Jumlah	keterangan
1	Kamar mandi/wc umum	2	ada
2	Lahan parkir/mobil	-	ada
3	Mushala	1	ada
4	Penerangan umum	-	ada
5	Kantor pengelola	1	ada

Sumber diperoleh: data pasar koto alam palembayan 2025

Berdasarkan dari tabel diatas memperlihatkan bahwa Pasar koto alam memiliki sarana dan prasarana yang cukup lengkap, seperti adanya kan kamar mandi/WC umum mushalla,penerangan umum, dan lahan parkir motor/mobil,kamtor pengelola.

Tabel 4.3

Jumlah Los yang Disewakan dan Harga Pertahun

No	Los yang di sewakan	Harga sewa pertahun
1	Los sembako	300.000
2	Los ikan	300.000
3	Los ayam	300.000
4	Los sayuran	300.000
5	Los bakso	300.000
6	Los sate	300.000
7	Los Ikan asin	300.000
8	Los buah	300.000
9	Los pakaian	300.000
10	Los pedagang kelontong	300.000

Sumber : hasil wawancara dengan pengurus Pasar koto alam Syaifuddin

Berdasarkan dari tabel diatas bahwa sistem pasar disini yaitu sistem lelang tiap tahuan nya,dimana apabila sudah satu tahun pedangang sudah berdagang di sana sudah habis maka akan di lakukan lelang kepada para pedagang itu lagi. Apabila dia tidak ikut dalam

lelang maka di anggap sudah tidak berjualan lagi dan tempat berjualan yang biasa di tempati di sana maka akan dia akan diberikan kepada pedagang lainnya.

Beradasarkan hasil wawancara dengan bapak syaiffuddin selaku pengelola pasar mengatakan bahwa sistem Pasar disini yaitu sitem lelang tiap tahunnya dimana apibila sudah 1 tahun maka pedagang akan dikumpulkan lagi para pedagang apabila tidak hadir maka di anggap sudah tidak bisa ikut bejualan dan tempat sebelum nya aka di berikan kepada yang laiinya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pak agus pedagang bakso mengatakan sistem penempatan dan sewa lapak yaitu: harga sewa yang di tetap kan tidak telalu mahal bagi liau dalam satu tahun tersebut saja dengan 20 ribu tiap miggunya,dan sanagat setuju untuk keberlanjutan usaha yang sedang di jaalankan sistem penempatan yang sangat masih di anggap murah karna dia pertahun bukan perbulan, hanya yang di minta uang kebersihan stratgis dan mudah ditemui oleh pengunjung.[37]

Berdasarkan hasil wawancara dengan pak Khamil selaku pedagang buah mengatakan sistem sewa kios/lapak sudah sebanding dengan fsilittas sudah yang di dapat yaitu: tidak keberatan masih normal dengan harga sewa segitu dillihat dari pendapatan yang saya dapatkan dalam satu hari, kurang lebih 500-1.000.00 kurang lebih,

37 Wawanacara dengan pak Agus pedagang bakso pasar koto alam

dagangan nya pun rame pengunjung, salah satu buah yang di jual nya yaitu jeruk, karna jeruk sekarang melimpah harga 1kg pun cuma 10.000 jadi banyak yang memborong termasuk saya karna jeruk nya manis murah dan puas.[38]

Berdasarkan hasil wawancara dengan pak riyan selaku penjual sate juga mengatakan fasilita tempat berdagang sudah cukup menarik pembeli dari kebersihan, tempat, dan penerangan yaitu: dari segi temoat sudah bagus dan penerangan juga sudah cukup bagus kerna temoat bapak yang juala sate tersebut di awal kios pasar tersebut berdekatan dengan pedagang bakso, jadi tidak kesulitan dar segi kebersihan agaak kurang karena smpah-samapah penjual yang lain yang tidak di bersihkan oleh pengelola.[39]

Berdasarkan hasil wawancara dengan kak Luthfi pedagang kosmetik mengatakan usulan atau staregi yang di lakukan oleh pihak pengelola non pangan dalam menigkatkan pendapatan yaitu: pihalk pengelola harus mebmecari cara agar orang orang tidak berbelaja online karena persaingan yag di hadapai sekarang adalah toke online yang serba murah dna bisa di anter kerumah tanpa ususah payah ke pasar,untuk itu usula kepada pihak pengelola pasar yaitu melakukan seperti event- event dan promisi. [40]

---

38 Wawanacara dengan pak Khamil pedagang buah pasar koto alam

39 Wawanacara dengan pak Riyan pedagang sate pasar koto alam

40 Wawanacara dengan kak Luthfi penjual kosmetik pasar koto alam

Berdasarkan hasil wawancara dengan buk minah selaku pedagang kain mengatakan adanya pesaing besar seperti toko modern dan mempengaruhi pendapatan dengan sewa segitu tidak terlalu keberatan karna dia pertahun,hanya saja yang jual ini kan pakaian sekolah jadi pendapatan beliau tidak menentu karna barang yang di jual tersebut itu musiman pakain sekolah jadi tahun ajaran baru baru banyak yang beli ,kalau pakaian lain sepeti baju kondangan juga musiman yang terkendala sekarang orang lebih banyak beli belanja online dan langsung bisa di antar kerumah tidak perlu ke pasar lagi.[41]

2. Analisis Swot

Analisis data yang digunakan yaitu analisis swot yang terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Pengelola pasar bapak nyiak Datuak Hendri dalam mengembangkan pendapatan pedagang mempunyai cara sebagai peneglola pasar mempunyai strategi tersendiri agar pedagang lebih berminat dalam berdagang sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Sebagian besar cara yang dilakukan oleh pengelola pasar untuk meningkatkan strategi pendapatanya. Faktor internal adalah faktor yang berupa daya tarik usaha yang meliputi kekuatan (strength) dan kelemahan (weaknesses).

41 Wawanacara dengan buk Minah pedagang kain pasar koto alam

a. Kekuatan (strength)

Kekuatan disini adalah yang secara umum dimiliki oleh pengelola pasar yaitu nyiak datuak hendri selaku niniak mamak. Adapun kekuatan-kekuatan tersebut antara lain :

1) Pengalaman dalam Pengelolaan Pasar

Banyak pengelola sudah bertahun-tahun mengelola pasar sehingga memiliki pengalaman dalam menangani permasalahan dan dinamika pasa.

2) Pemahaman Lokal yang Mendalam

Pengelola pasar biasanya berasal dari atau paham kondisi sosial-budaya masyarakat setempat, sehingga bisa menyesuaikan pengelolaan pasar sesuai kebutuhan pedagang dan pembeli lokal.

3) Kedisiplinan dalam Penarikan Retribusi.

4) Sistem Keamanan dan Ketertiban yang Teratur.

b. Kelemahan (weaknesses)

1) Lemahnya Pengawasan terhadap Kebersihan dan Ketertiban.

2) Kurangnya Sumber Daya Manusia yang Profesional.

3) Koordinasi yang Lemah antar Pihak Terkait.

4) Kurangnya Inovasi Pengelolaan.

c. Peluang (opportunities)

1) Dukungan Program Pemerintah.

2) Peningkatan Minat Terhadap Produk Lokal.

3) Potensi Wisata Lokal dan Kuliner.

4) Perluasan Jaringan Distribusi.

5) Kampanye "Cinta Produk Lokal & UMKM".

d. Ancaman (threats)

1) Perubahan Pola Belanja Konsumen.

2) Kurangnya Minat Generasi Muda Terlibat.

3) Persaingan dengan Pasar Modern dan Minimarke.

4) Harga Bahan Pokok dan Pasokan.

3. Internal Faktor Evaluation dan Eksternal Evaluation

1) (Internal Faktor Evaluation) IFE

Merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berbeda di dalam lingkungan internal usaha yang berupa kekuatan yang dimilik.

Tabel 4.4

Analisis IFE (Internal faktor evaluation)

Variabel Kekuatan (S)

no	Faktor internal	Bobot	Rating	Skor
1	Pengalaman dalam Pengelolaan Pasar	0,10	4	0,40
2	Pemahaman Lokal yang Mendalam Pengelola pasar.	0,10	4	0,40
3	Kedisiplinan dalam Penarikan Retribusi.	0,10	3	0,30
4	Sistem keamanan dan ketertiban yang teratur.	0,10	3	0,30

5	Ketersediaan bahan dasar	0,10	4	0,30
	JUMLAH	0,50		1,80

Variabel Kelemahan (W**)** **Tabel 4.5**

No	Faktor internal	Bobot	Rating	Skor
1	Lemahnya pengawasan terhadap ketertiban dan pengawasan.	0,10	4	0,40
2	Kurangnya sdm yang profesioanal.	0,10	4	0,40
3	Koordinasi yang lemah antara pihak terkait.	0,10	3	0,30
4	Kurangnya inovasi pengelolaan.	0,10	3	0,30
5	Kurangnya kemajuan	0,10	3	0,30
	Jumlah :	0,50		1,70
	Total	1		3,50

Sumber : *Sumber : Pengolahan hasil penelitian*

Berdasarkan tabel analisis di atas diketahui bahwa total skor untuk kekuatan dan kelemahan adalah 1,90 dan 1,70 Hali ini dapat menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki pasar tradisional koto alam agam lebih unggul dan mampu dalam mengatasi ancaman yang dimiliki.

EFE Merupakan alat yang digunakan untuk menguji lingkungan eksternal Perusahaan dan juga mengidentifikasi peluang ancaman yang ada.

Tabel 4.6

Variabel Peluang (O)

No	Faktor ekstrnal	Bobot	Rating	Skor
1	Dukungan program pemerintah.	0,10	4	0,40
2	Penigkatan minat terhadap produk lokal.	0,10	3	0,30
3	Potensi wisata lokal dan kuliner.	0,10	4	0,40
4	Perluasan jaringan disrtibusi	0,10	4	0,40
5	Kampanye cinta produk lokal dan umkm	0,10	4	0,40
	TOTAL PELUANG	0,50		1,90

Variabel Ancaman (T) **Tabel.47**

NO	Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
1	Perubahan pola belanja konsumen	0,10	4	0,46
2	Kurangnya minat generasi muda terlibat.	0,10	3	0,35
3	Persaingan dengan pasar modern dan mini market	0,10	4	0,41
4	Harga bahan pokok dan pasokan.	0,10	3	0,30
5	Tempat dan lokasi	0,10	3	0,30
	Jumlah	0,50		1,70
	Total	1		3,60

Sumber : hasil wawancara 2025

4. Berdasarkan hasil dari tabel External Factor Analisyst Sumary di atas, dapat dilihat faktor peluang memiliki jumlah skor sebesar 1,90 dengan faktor ancaman sebesar 1,80. Hali ini dapat menunjukkan bahwa faktor peluang yang dimiliki pengelolaan pasar koto alam lebih unggul dan mampu dalam mengatasi ancaman yang dimiliki. Strategi Pengelolaan Pasar Berdasarkan Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT, ada beberapa strategi yang dapat dilakukan pengelolaan pasar tradisonal di koto alam dapat meningkatkan pendapatan pedagang.

a. Strategi S-O (strength-opportunities)
    1) Hubungan Sosial dan Komunikasi yang Baik Antar Pedagang.
    2) Memanfaatkan Pengalaman Pengelola dan Pedagang.
b. Strategi W- O (*weaknesses – opportunities*)
    1) Memberikan Dukungan Pemerintah dan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Gratis.
    2) Memberiakan Pendampingan UMKM dari Pemerintah/LSM.
c. Strategi S -T (*strength – treats*)
    1) Memberikan kepada Pedagang Berpengalaman dan Loyal.
    2) Memberikan Fasilitas Dasar Pasar yang Cukup.
d. Strategi W - T (*weaknesses – threats*)
    1) Memberikan sistem pendataan pedagang dan barang.
    2) Memberikan bantuan manajemen pasar kurang yang profesional.

5. Tabel Bobot Skor

Setelah yang dilakukan analisis di setiap strategi yang ada, yaitu strategi SO, strategi WO,strategi ST, strategi WT, maka langkah selanjutnya yang dilakukan yaitu memilih salah satu dari empat strategi yang telah ada sebelumnya. Untuk memilih stategi yang telah di tetapkan tersebut. Sebelumnya dapat memakai metode pembobotan skor, Dimana pengeglola pasar dapat menilai yang mana yang mempunyai skor tertinggi dari ke

empat strategi yang telah di tetapkan. Dimana strategi memiliki nilai skor tertingi akan di pakai bagi pengelola pasar dalam membuat kebijakan dan keputusan yang mempengaruhi performan pendapatan pedagang.

Tabel 4.6

Analisis Tabel Bobot Skor

Internal Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Total skor S + O 1,80+ 1,90=3,70	Total skor W + O 1,70 + 1,90 = 3,60
Ancaman (T)	Total skor S + T 1,80 + 1,70 = 3,50	Total skor W + T 1,70 + 1,70= 3,40

Berdasarkan hasil dari bobot skor pada matriks SWOT di atas dapat dilihat bahwa strategi SO memiliki skor yang paling tinggi yaitu 2,34 dibandingkan dengan strategi lainnya. Maka usaha strategi pengelolaaan yang dapat meningkatkan pendapatan pedagang menggunakan strategi SO sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Dimana strategi SO merupakan strategi yang menghubungkan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh pedagang.

C. Analisis Pembahasan

Pengelolaan adalah sesuatu yang di lakukan baik itu pemerintah maupun masyarakat sekitar, dengan adanya pengelololaan pasar maka yang bisa mengatur karena manajeman pengelolaan pasar tradisisional perlu manajemen operasioanal yang baik dan sesuai dengan atauran yang telah di tetapkan.

Pengelolaan pasar tradisional adalah suatu yang di lakukan oleh pengelolaan Pasar adalah suatu tempat transaksi jual beli dan adanya pasar juga membutuhkan fasilitas yang memadai khusunya terkait infrastrkutur, kebersihan dan zonasi dagang,berdasarkan dengan teori mengatakan bahwa sudah ada dan sudah lengkap. Akan tetapi yang belum terlaksana dari segi kebersihan karena sampah yang di gunakan siap operasi tidak di angkut secara langsung melainkan di tunggu higga penuh dulu baru di buang ke Sungai Janiah.

Banyak warga yang me ngeluh karena bau yaang menyegat dan banyak warga yang protes kepada pengelola karena dalam pasar tersebut juga terdapat rumah warga juga dari sini lah timbul masalah antara waraga dengan pengelola pasar.tetapi pengelola sekarang sedang berusaha cara menagatasi masalah tersebut dengan cara menyewa truk sampah atau bentor sampah- tersebut lagsung di bawa da di buang ke sungai janiah.

Strategi adalah apa yang dapat di terapkan untuk menigkatkan pengelolaan pasar tradisional strategi adalah sebuah rencana yang di satukan luas yang meghubungkan keunggulan strategi perusahaa dengan tatanagan lingkungan dan di rancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat di capai melalui pelaksaanya.

Secara efektif yaitu dengan cara memberikan bantuan fisik, kios, wc, mushalla, modal pribadi yaitu dengan memberikan keringanan kepada penjual apabila tidak dapat memabayar sewa. Berdasarkan secara teori dan fakta di lapangan sudah di berajalan dengan baik di lapagan.

Faktor yang utama yang menyebabkan rendahnya pendapatan Adalah secara teori dan fakta dilapangan yaitu karena banyak nya penjual yang masi berjualan dibahu jalan, dan tumpukan sampah yang menyebabkan tergangunya baik penjual maupun pembeli. Dan masih banyak nya pedagang yang masih susah diatur. Dan faktor lainnya yaitu kareja persaingan pasar trdional dan modern yang menyebabkan pendapatan lebih berkurang.

Upaya yang dilakukan oleh pengelola pasar koto alam Adalah dalam meningkatkan pendapatan pedagang yaitu dengan cara secara teori dengan cara memberikan kelonggaran kepada pedagang dan tidak memaksa, berdasarkan dengan fakta lapangan pun pengelola pasar tidak memaksa kan kepada pedagang apabila tidak bisa membayar sewa sekarang dan tidak ada jual beli dalam minggu ini makan klau sudah ada rezeki minggu besok nya pasti mereka bayar di pasar rakyar koto alam sesuai dengan fakta da teori dilapagan yaitu:

1. Meganalisis pengelolaan pasar tradisional saat ini khususnya khususnya terkait dengan infrastuktur kebersihan dan zonasi dagang pasar dalam rangka menigkatkan pendapatan mayarakat.Secara teori sudah berajalan sperti yang diatas sedagkan fakta dilapangan belum berjalan dengan baik.
2. Meganalisis faktor utama yang menyebabkan pendapatan pedagang yang berjualan dibahu jalan, tidak adanya tata letak yag teratur, dan dan adanya tumpukan sampah. Dalam pengelola dan kurang tegas nya pengelola dalam pengelola pasar dilihat dari fakta lapangan yang terjadi.sehiggan masysrakat lebih memlih berbelanja di seperti pasar yang lebih modern.

3. Dengan adanya pasar modern yang menyebabkan berkurang nya pendapatan pedagang yang terjadi secara teori dan fakta lapagan orang lebih memilih bebelanja ke toko serba ada karna sudah lengkap semua orang hanya berbelanja ke pasar mencari barang untuk pelengkap saja atau mencari bahan-bahan pokok yang baru atau yang segar.
4. Strategi yang diterapkan untuk menigkatkan pengelolaan pasar.Yaitu dengan memberikan kelonggaran kepada pedagang apabila tidak dapat membayar sewa tepat waktu tanpa kekerasan
5. Meganalisis upaya yang dilakukan pengelolaan pasar dalam menigkatkan pendapatan pedagang di pasar tradisional, yaitu dengan cara secara teori dengan cara memberikan kelonggaran kepada pedagang dan tidak memaksa, berdasarkan dengan fakta lapangan pun pengelola pasar tidak memaksa kan kepada pedagang apabila tidak bisa membayar sewa sekarang dan tidak ada jual beli dalam minggu ini makan klau sudah ada rezeki minggu besok nya pasti mereka bayar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan melalui obeservasi secara langsung di pasar Rakyat Koto Alam palembayan Agam mengenai,Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Di Pasar Rakyat Koto Alam Kecamatan Palembayan Agam. Maka dapat di simpulkan bahwa :

Strategi yang dilakukan oleh pengelolaan pasar dalam meningkatkan pendapatan pedagang yaitu meliputi: Memberikan kelonggran kepada pedagang dalam sistem sewa,Memberikan fasilitas yang cukup seperti wc,mushalla,kios. Kerja sama anatara pihak pengelola pasar,masyarakat maupun pedagang. Memberikan mobil sampah.Sewa yang murah.

Hasil analisis SWOT menunjukkkan bahwa kekuatan utama terletak pada keahlian yang diwariskan secera turun temurunan kualitas produk yang baik. Kelemahan utama adalah keterbatasan alat dan menajemen usaha. Adapun peluang yang tersedia antara lain permintaan lokal yang stabil dan memberikan diskon harga kepada konsumen yang berlangganan. Ancaman terbesar adalah persaingan produk modern dan rendahnya regenerasi pelaku usaha.

Strategi peningkatan pendapatan pedagang adalah dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang (S-O), 3,70 seperti mengikuti pelatihan UMKM dalam menigkatkan pendapatan pedagang.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang di uraikan dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan ada beberapa saran yang di kemukan oleh penulis maka terdapat beberapa hal yang perlu di perhatikan yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pengelola pasar.

   Bagi pengelola pasar agar lebih tegas kepada para pedagang yang tidak bisa di atur seperti yang berjualan di bahu jalan dan para pedagang yang tidak berjualan sesuai dengan kios- kios yang telah di sediakan dan lebih memperhatika kebersihan pasar seperti sampah yang langsung di bawa ke tempat pembuangannya.

2. Bagi pedagang pasar.

   Bagi pedagang agar lebih meningkatkan kesadaran dan memetuhi aturan yang telah di buat oleh pengelolan pasar dan mengunakan fasilitas yang telah di berikan dengan sebaik mugkin.

3. Untuk peneliti selanjutnya

   Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang meneliti mengenai manajemen produksi diharapkan agar memperbanyak membaca penelitian penelitian terdahulu yang sesuai dengan tema penelitian. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui bagaimana manajemen produksi pada suatu usaha. Perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai rantai distribusi dan strategi pemasaran kerupuk Kamang, agar aspek hilir dari manajemen usaha dapat dioptimalkan, termasuk pemanfaatan e-commerce atau media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Arip Rahman Sudrajat, dkk (2020), Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang', JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Sosial Politik UMA, 6 (1) (2018): 53-67

Azizah, L.N. (2019). Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil (Studi Kasus Pasar Kiringan Desa Kemlagilor Turi Lamongan). JPIM: Jurnal Pendidikan Ilmu Manajemen. IV (2). 823-831.

Cahyaningsih,dkk (2020). Dampak Revitalisasi Pasar Prambanan Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. 16 (01), 1411-3880Cahyaningsih, N., & Ekowati, D. (2020). Dampak Revitalisasi Pasar Prambanan Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan. 16 (01), 1411-3880.

Chandler dalam Freddy Ranguti,'(2020) esearch Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.

Cuk Jaka Purwanggono,penguatan strategi dalam mengantisisi discruptio dalam perubahan bisnis.

Dwi Lasmul Wahyudi, (2019) dkk,analisis pengelolaan pasar tradisional dalam menigakatkan ekonomi masyarakat, Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen Vol.1, No.4 Desember.

Farida Riani, Syafruddin,(2024) analisis penegelolaan pasar tradisisonal seketeng sembawa besar dalam menigkatkan kepuasa pelanggan , Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Volume 12 Nomor 1April

Husaini, (2017). Pengaruh Modal Kerja, Lama Usaha, Jam Kerja Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Monza Di Pasar Simalingkar Medan. Feb Universitas Malikusaleh. Medan.

Indah superti,(2022)analisis manajemen pengelolaan pasar tradisional guna menigkatkan pendapatan pedagang pt. raja gravindo, Hal.5

Luluk Nur Azizah,(2019). Analisis manajemen pasar tardisional menigakatkan pedagang kecil (Studi Kasus Pasar KIRINGAN Desa Kemlagilor Turi Lamongan)', Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Volume IV No. 1, Februari

M. Irhas Effendi, (2021)Titik Kusamantini,manajemen strategi evaluasi pendekataan dan metode penelitian

Marissa Grace Haque-Fawzi, (2020) dkk, 'STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi.

Nata Wirawan, I Gusti Putu. 2002. Statistik 2 (Statistik Inferensia). Edisi Kedua. Denpasar: Keraras Emas.

Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 12 Tahun 2010 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 14 Tahun 2005 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah Kabupaten Bantul Tahun 2006-2025.

Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 17 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 16 Tahun 2018 Tentangn Pengelolaan Pasar.

Reswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.

Samuelson, dkk (2000). Ilmu Mikro Ekonomi. Jakarta: Pt Media Global Edukasi.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach.

Siti Fatimah Nurhayati,(2020) pengelolaan pasar tradisional berbasis musyawarah dan mufakat, benefit Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 18, Nomor 1, Juni hlm. 49 – 56.

Terry, G. R. (2018). Principles of Management. Robbins, S. P., & Coulter, M. (2019). Management.

Wawanacara dengan pengelola pasar Nyiak Datuak Hendri.

Wawancara dengan beberapa pedagang.

Wawancara dengan Pak Syaifuddin pengurus pasar.

Wawancara dengan walinagari.

William F. Glueck Lawarence Jaunch ,'2023 Research Methods for Business: A Skill-Building Approach.

Yulita Gunawan, (2019). Model Strategi Manajemen Kebijakan Publik Sektor Pasar Tradisional untuk Peningkatan Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat. Jurnal Referensi: Ilmu Manajemen dan Akutansi. 7(1).