

EMPOWERMENT STRATEGY OF TRADITIONAL MARKET TRADERS IN NANGA PINOH MELAWY REGENCY

by:

Kezia Pakpahan^{1*}

NIM. E1011151033

Dr. H. Martoyo, MA², H. Joko Triyono, SE, M.Si²

*Email: keziapakpahan98@gmail.com

1. Student of Public Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University, Pontianak.
2. Lecturer of Public Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University, Pontianak.

Abstract

The purpose of this thesis was to determine and analyze both internal and external factors that are either supporting or hindering, as well as strategies of empowerment of the traders of Markasan traditional market in Nanga Pinoh, Melawi regency. In an effort to empower the traders of Markasan traditional market there are some obstacles such as lack of stalls to sell their goods, minimal capital, low income, and the traders lack skills and awareness. This study used descriptive research method with a qualitative approach using a SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) analysis tool that identifies the internal and external factors. Then an alternative strategy was formulated according to empowering traders. The results of this study can be used by the Department of Cooperatives, Small and Medium Enterprises and the trade district of Melawi as an alternative strategy offered by researcher from the SWOT analysis conducted. Suggestions generated from this study results are the Melawi district government through the Department of Cooperatives, Small and Medium Enterprises and Traders as the manager of the people's markets should establish cooperation with parties who can help provide training and coaching to improve the skills and knowledge of traders. Furthermore, rearranging and providing adequate trading facilities for the traders as well as making written rules and strict sanctions for traders so that they can train the discipline of Markasan market traders of the Melawi Regency.

Keywords: Empowerment Strategy, Traders, SWOT Analysis.

STRATEGI PEMBERDAYAAN PEDAGANG PASAR RAKYAT MARKASAN

DI NANGA PINOH KABUPATEN MELAWI

Oleh:

Kezia Pakpahan^{1*}

NIM. E1011151033

Dr. H. Martoyo, MA², H. Joko Triyono, SE, M.Si²

*Email: keziapakpahan98@gmail.com

1. Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak
2. Dosen Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura Pontianak

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mendukung dan menghambat serta strategi dalam pemberdayaan pedagang Pasar Rakyat Markasan di Nanga Pinoh Kabupaten Melawi. Dalam upaya pemberdayaannya mengalami hambatan seperti kekurangan tempat jualan, minimnya modal, pendapatan yang rendah juga, serta keterampilan dan kesadaran yang dimiliki pedagang masih kurang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif menggunakan alat analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) yang mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal tersebut, maka akan diformulasikan alternatif strategi yang sesuai untuk memberdayakan pedagang. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi sebagai strategi alternatif yang ditawarkan oleh peneliti dari analisis SWOT yang telah dilakukan tersebut. Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian ini yaitu Pemerintah Daerah Kabupaten Melawi melalui DISKUMDAG sebagai pengelola Pasar Rakyat Markasan harus bertindak cepat untuk memberdayakan pedagang pasar dengan menyediakan koperasi agar dapat memanfaatkan simpan pinjam lewat koperasi yang bisa menjadi sumber modal, menjalin kerja sama dengan pihak-pihak yang dapat membantu memberikan pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pedagang, menata ulang serta menyediakan sarana berdagang yang memadai, serta membuat perturan tertulis serta sanksi yang tegas untuk pedagang sehingga dapat melatih kedisiplinan pedagang Pasar Rakyat Markasan Kabupaten Melawi.

Kata Kunci: Strategi Pemberdayaan, Pedagang, Analisis SWOT.

A. PENDAHULUAN

Keberhasilan pembangunan suatu daerah dapat diraih melalui berbagai bidang, salah satunya bidang perekonomian. Peningkatan dalam sektor perekonomian diperoleh dari berbagai kegiatan usaha, diantaranya pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah. [Keppres RI No. 19 Tahun 1998](#) juga menjelaskan bahwa UMKM sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Peningkatan perekonomian melalui pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah dilakukan dengan berbagai cara seperti pada pemberdayaan pedagang kecil di Pasar Rakyat. Pemberdayaan pedagang yang merupakan pelaku kegiatan ekonomi skala kecil diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pedagang yang ada di pasar rakyat Markasan kota Nanga Pinoh Kabupaten Melawi termasuk ke dalam kategori usaha skala kecil yang dapat membantu perekonomian masyarakat.

Pasar rakyat adalah pasar yang dibangun dan dikelola pemerintah pusat, daerah, swasta, BUMN dan BUMD termasuk kerjasama dengan swasta. Tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar-menawar (Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013). Pasar rakyat menjadi salah satu tempat mata pencaharian masyarakat dimana para pedagang mencari penghasilan dengan berdagang. Pasar Rakyat memiliki peran penting dalam membantu peningkatan sektor perekonomian dalam rangka meningkatkan pembangunan kesejahteraan masyarakat yaitu tersedianya kesempatan kerja bagi para pedagang.

Pedagang yang berjualan di pasar rakyat Markasan merupakan pedagang yang memiliki potensi untuk diberdayakan. Barang dagangan yang dijual di pasar tersebut beragam mulai

dari kebutuhan pangan pokok hingga sayuran, daging dan lainnya. Di Pasar Rakyat Markasan Kabupaten Melawi, jumlah pedagang yang terdata oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan (DISKUMDAG) Kabupaten Melawi sebanyak 205 pedagang. Namun jumlah tersebut tidak sesuai dengan jumlah lapak yang disediakan oleh pemerintah yaitu hanya 166 tempat jualan yang terdiri dari 34 lapak pada bangunan A, 50 lapak pada bangunan B, 52 lapak pada bangunan C dan 30 kios. Namun ada 77 lapak di Pasar Rakyat Markasan yang tidak ditempati disebabkan oleh beberapa faktor dan ada juga pedagang yang tidak mendapatkan lapak yang dibagikan pemerintah lewat cabut undi sehingga membuat pedagang berjualan di pinggir jalan.

Pedagang Pasar Rakyat Markasan termasuk ke dalam kategori usaha mikro yang memulai usaha dengan modal kecil. Bank Indonesia membagi karakteristik UMKM menjadi 4, yaitu :

1. Modalnya kurang dari Rp. 20 juta

2. Untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp 5 Juta
3. Memiliki aset maksimum Rp. 600 juta diluar tanah dan bangunan
4. Omzet tahunan Rp. 1 miliar

Dari penjelasan kriteria usaha mikro kecil dan menengah di atas, pedagang pasar rakyat markasan belum mencapai kriteria tersebut. Minimnya modal yang dimiliki pedagang dengan penghasilan yang tidak menentu membuat pedagang berjualan dengan kondisi seadanya memanfaatkan dan menyesuaikan dengan apa yang ada dilingkungan pasar tersebut. Hal ini semakin melemahkan keberadaan pedagang yang ada di Pasar Rakyat Markasan. Sehingga pedagang tidak berdaya secara maksimal. Dengan kondisi demikian, para pedagang tidak mampu melakukan inovasi yang kemudian membuat kesulitan bersaing dengan pasar modern yang semakin berkembang.

Kondisi fisik pasar juga menentukan kenyamanan konsumen dan mempengaruhi konsumen yang datang membeli. Pasar rakyat yang ada di

Jalan Markasan Kota Nanga Pinoh Kabupaten Melawi sudah mengalami beberapa kali renovasi. Fasilitas berdagang yang ada di Pasar Rakyat Markasan seperti toilet umum, aliran listrik, aliran air bersih serta lahan parkir sudah disediakan namun belum memadai. Ketertiban dalam berdagang pun belum sepenuhnya teratur. Adanya pasar modern atau swalayan juga menjadi saingan bagi para pedagang kecil yang ada di pasar rakyat markasan Nanga Pinoh Kabupaten Melawi.

Pemberdayaan pedagang Pasar Rakyat Markasan menjadi tanggung jawab pemerintah daerah. Pengelolaan pasar tradisional atau pasar rakyat menjadi kewajiban dari pemerintah daerah, hal ini sesuai dengan apa yang tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan nomor 70 tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern pada bab 5 pasal 18 ayat 2 yaitu “Menteri, Gubernur, dan Bupati/Walikota baik sendiri maupun secara bersama-sama melakukan pemberdayaan terhadap pengelolaan

pasar tradisional dalam rangka peningkatan daya saing.”

Melihat permasalahan-permasalahan pedagang Pasar Rakyat Markasan yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang “Strategi Pemberdayaan Pedagang Pasar Rakyat di Nanga Pinoh Kabupaten Melawi”. Peningkatan perekonomian melalui sektor perdagangan di pasar rakyat merupakan salah satu upaya dalam mencapai keberhasilan pembangunan. Dengan adanya strategi pemberdayaan pedagang pasar rakyat diharapkan akan mampu meningkatkan produktifitas dan kemandirian dari para pedagang.

Dengan demikian penulis memfokuskan pada strategi pemberdayaan pedagang Pasar Rakyat Markasan di Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, dengan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemberdayaan pedagang Pasar Rakyat Marksan di Nanga Pinoh Kabupaten Melawi?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis strategi dalam

pemberdayaan pedagang Pasar Rakyat Markasan di Nanga Pinoh Kabupaten Melawi.

Manfaat teoritis dalam penelitian ini yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pengetahuan, menjadi literatur penelitian khususnya mahasiswa program studi administrasi negara kajian administrasi pembangunan dan peneliti lain yang membahas tentang strategi pemberdayaan. Manfaat praktis dalam penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi dalam mencapai strategipemberdayaan pedagang pasar rakyat.

A. KAJIAN PUSTAKA

Pada dasarnya strategi adalah suatu alat dan cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Strategi merupakan tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dianggap

penting. Menurut Rony (2017, 10) “strategi menjadi langkah awal yang penting suatu perencanaan dan perumusan kebijakan dalam pengembangan program, lembaga, organisasi ataupun perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pembangunan merupakan suatu alat dan cara untuk mencapai ke arah kehidupan yang lebih baik.”

Gumelar dkk (2018, 57) mengatakan bahwa strategi sebagai suatu tindakan penyesuaian untuk mengadakan reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dapat dianggap penting, dimana tindakan penyesuaian tersebut dilakukan secara sadar dengan pertimbangan yang wajar.

Menurut Coulter (dalam Warsiti, 2011:34) strategi merupakan sebuah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan usahanya. Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah :

1. *Goal Directed Actions* yaitu aktivitas yang menunjukkan “apa” yang diinginkan organisasi dan “bagaimana” mengimplementasikannya.
2. Mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta mempertahankan peluang dan mengantisipasi ancaman (eksternal).

Terkait dengan ciri strategi di atas penelitian ini telah memenuhi dua ciri tersebut, yaitu adanya *Goal Directed Actions*, yaitu tentang penetapan tujuan dan tindakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam merumuskan tindakan strategi tersebut Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi mempertimbangkan faktor internal dan eksternal demi mencapai tujuan untuk pemberdayaan pedang pasar.

Pemberdayaan dapat diartikan sebagai proses untuk mengembangkan masyarakat untuk perubahan hidup ke arah yang lebih baik. Maka dari itu diperlukan perencanaan dan strategi dalam pelaksanaannya. Pada dasarnya

strategi pemberdayaan merupakan suatu cara atau metode pengembangan dengan tujuan akhir adalah kemandirian pada masyarakat dengan pendekatan pemberdayaan.

Definisi pemberdayaan sebagai sebuah “proses menjadi” dan bukan “proses instan”. Menurut Wrihatnolo dan Dwidjowijoto (2007, 2) pemberdayaan memiliki tiga tahapan yaitu:

1. *Penyadaran*. Pada tahap ini target hendaknya diberi “pencerahan” dalam bentuk pemberian penyadaran bahwa mereka memiliki hak untuk mempunyai sesuatu. Program-program yang dapat dilakukan pada tahap ini misalnya memberi pengetahuan yang bersifat kognisi, *belief*, dan *healing*. Prinsip dasarnya adalah membuat target mengerti bahwa mereka perlu diberdayakan, dan proses pemberdayaan itu dimulai dari diri mereka sendiri.
2. *Pengembangan Kapasitas*. Disebut juga “*capacity building*” atau memampukan. Untuk diberikan daya atau kuasa tetapi yang bersangkutan harus mampu terlebih dahulu. Proses *capacity building* ini terdiri

- dari tiga jenis yaitu, manusia, organisasi, dan sistem nilai.
3. Pemberian daya itu sendiri atau “*empowerment*” dalam makna sempit. Pada tahap ini target diberikan daya, kekuasaan, otoritas atau peluang. Pokok gagasannya adalah bahwa proses pemberian daya atau kekuasaan sesuai dengan kecakapan penerima.

Tujuan pemberdayaan adalah untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki masyarakat khususnya kelompok lemah yang tidak berdaya, baik karena kondisi internal (persepsi kelompok itu sendiri) maupun karena faktor eksternal (kondisi lingkungan sosial). Pemberdayaan sebagai suatu proses dalam pengembangan masyarakat untuk perubahan hidup ke arah yang lebih baik membutuhkan strategi sebagai alat atau cara mencapai tujuan tersebut. Pemberdayaan yang harus dilakukan adalah bagaimana pemerintah dan stakeholders mampu bekerja sama dalam merencanakan, melaksanakan dan mengawasi strategi yang ada.

Dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan merupakan cara atau metode untuk mengembangkan kemampuan masyarakat untuk mencapai kehidupan yang lebih baik lagi. Untuk itu perlu dilakukan dengan perencanaan dan strategi dalam melaksanakannya. Pedagang kecil memiliki peran penting di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara yang sedang berkembang namun juga di negara maju.

Untuk mencapai tujuan-tujuan yang sudah ditetapkan dalam setiap lembaga atau organisasi memerlukan strategi. Dalam menentukan strategi ada tahap yang diperlukan untuk mendapatkan strategi yang sesuai dengan tujuan yang ditentukan. Menurut Anshori (2014, 18-20) untuk menentukan atau membuat strategi ada tiga tahap proses strategi, yaitu :

- a. Perumusan strategi, tahapan ini berupa pengembangan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menentukan kekuatan dan

kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, membuat sejumlah strategi alternative, dan memilih strategi tertentu.

- b. Pelaksanaan strategi, tahap ini mengharuskan sebuah instansi untuk menetapkan sasaran tahunan, membuat kebijakan, memotivasi anggota, dan mengalokasi sumber daya sehingga perumusan staretgi dapat dilaksanakan.
- c. Evaluasi strategi, pada tahap ini dapat diketahui alasan-alasan strategi mana yang berhasil maupun yang tidak berhasil.

Proses strategi juga dipengaruhi situasi lingkungan organisas/ lembaga/ instansi yang ada di sekitarnya. Faktor internal dan faktor eksternal juga dianalisis untuk menentukan strategi yang sesuai dengan permasalahan yang ada. Evaluasi strategi juga penting untuk mengetahui apakah startegi berhasil atau tidak dan yang apa yang menjadi hambatan jika strategi tersebut tidak berhasil.

Proses perumusan strategi merupakan tahapan untuk mengidentifikasi faktor

eksternal yaitu peluang dan ancaman serta faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan. Untuk merumuskan

strategi diperlukan analisis untuk menemukan strategi yang tepat untuk memberdayakan UMKM di Kabupaten Melawi. dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis SWOT untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi dalam memberdayakan pedagang yang ada.

Menurut Rangkuti (2006, 18-19) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk meurmuskan strategi perusahaan. Analisis situasi ini berdasarkan pada faktor-faktor yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strenght*) dan Peluang (*Opportunities*), serta secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threaths*).

Dalam Rony (2017, 11) mengatakan bahwa ada dua manfaat analisis SWOT dalam penyusunan perencanaan pembangunan daerah, yaitu:

“pertama dengan menggunakan analisis SWOT, maka pembahasan tentang kondisi umum daerah atau institusi akan menjadi lebih tajam dan terarah kepada hal-hal yang berkaitan langsung dengan penyusunan perencanaan. Kedua, penggunaan analisis SWOT dapat merumuskan strategi pembangunan daerah dan institusi bersangkutan. Dengan demikian alternative strategi yang didapat mendukung berhasilnya pelaksanaan strategi pembangunan daerah.”

Analisis SWOT dilakukan dengan memaksimalkan peranan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga sekaligus berperan sebagai alat untuk meminimalisir kelemahan dan menekan ancaman. Freddy Rangkuti (2006, 19) memberikan penjelasan mengenai faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

1. Faktor internal dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Kekuatan (*strength*) adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain yang relative terhadap pesaing dan kebutuhan pasar yang dilayani perusahaan
- b. Kelemahan (*weakness*) adalah keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keterampilan atau kapabilitas yang secara serius

dapat menghambat kinerja efektif perusahaan.

2. Faktor eksternal dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Peluang (*opportunities*) adalah situasi paling penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan-kecenderungan penting adalah merupakan salah satu sumber peluang identifikasi segmen pasar yang tadinya terabaikan, perubahan peraturan, perubahan teknologi, membaiknya hubungan dengan konsumen dapat member peluang.
- b. Ancaman (*threat*) adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan, ancaman merupakan pengganggu utama dalam organisasi, adanya pesaing, perubahan teknologi, adanya peraturan baru atau yang direvisi yang dapat menjadi ancaman bagi keberadaan organisasi.

Adapun Rangkuti (2016, 84) menjelaskan strategi-strategi dari matrik SWOT:

- a) Strategi SO
Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran organisasi, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- b) Strategi WO
Strategi diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.
- c) Strategi ST
Strategi ini adalah strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- d) Strategi WT
Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.
- Sugiyono (2011, 15) mendefinisikan metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana peneliti adalah instrumen kunci.
- Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan analisis data secara kualitatif. Artinya penulis mencoba menggambarkan fakta yang terjadi sebagai realita natural tanpa adanya fenomena yang dibuat-buat yang pendeskripsian pola pengawasan yang dilakukan oleh kepala Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sambas. Penelitian deskriptif dianggap paling tepat untuk penelitian ini karena melihat fenomena-fenomena apa saja yang telah dialami oleh subjek penelitian.

B. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif yaitu menggambarkan atau melukiskan keadaan yang ada dilapangan. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Moleong (2006, 18) jenis penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran secara rinci mengenai suatu keadaan, gejala atau objek tertentu pada saat penelitian dilakukan berdasarkan fakta yang tampak atau sebagaimana mestinya.

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan pada babpendahuluan, penulis melakukan penelitian di Kabupaten Sambas khususnya di Dinas Kependudukan

dan Pencatatan Sipil. Alasan penulis mengambil lokasi penelitian ini adalah berdasarkan pengamatan dan dilihat dari data Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (Lakip) tahun 2017-2018 yang sudah berhasil, jadi penulis tertarik untuk melihat bagaimana pola pengawasan yang dilakukan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sambas dalam meningkatkan efektivitas kerja pegawai tersebut. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2019

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang memangku kepentingan dalam memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive* dan *accidental*. Sugiyono (2013, 96) menjelaskan bahwa *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Kemudian, untuk membantu teknik *purposive*, peneliti menggunakan teknik *accidental* untuk membantu teknik *purposive*. Sugiyono (2013, 96) menjelaskan bahwa *accidental* atau

isidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja yang secara kebetulan atau *isidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Teknik *accidental* digunakan oleh peneliti untuk memilih subjek penelitian, yaitu pedagang pasar dan konsumen yang datang ke pasar. Subjek ini dipilih pada saat peneliti melakukan penelitian di lokasi penelitian.

Berikut adalah subjek penelitian yang dipilih secara teknik *purposive* dan *accidental*:

- a. Kepala Bagian Umum dan Aparatur Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi
- b. Kepala Sub Bagian Bina Usaha Pasar
- c. 5 Pedagang pasar di Pasar Rakyat Markasan Kabupaten Melawi

Adapun objek dalam penelitian ini adalah strategi pemberdayaan

pedagang pasar di Pasar Rakyat Markasan Nanga Pinoh Kabupaten Melawi.

4. Teknik Pengumpulan Data

1. Teknik Observasi, dalam penelitian ini observasi yang dilakukan adalah observasi pasif, yaitu peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang diamati maupun yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Dengan observasi dilapangan, peneliti akan memperoleh pandangan yang holistic atau menyeluruh, mendapatkan pengalaman secara langsung dan menemukan hal-hal yang diluar persepsi responden
2. Teknik wawancara, dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara terstruktur terhadap beberapa informan atau narasumber untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan topik penelitian. Peneliti melakukan wawancara terhadap pedagang pasar maupun pemerintah daerah khususnya Dinas

Koperasi Usaha Kecil, Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang mengandung jawaban informan secara bebas, pandangan, pendapat, sikap dan keyakinan informan tidak banyak dipengaruhi pewawancara.

3. Teknik dokumentasi, menurut Sugiyono, dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan oleh peneliti adalah berupa dokumen tentang foto-foto kegiatan, dan data-data statistik. Data ini dimaksudkan untuk melengkapi data yang tidak diperoleh dari metode wawancara maupun observasi.

5. Analisis Data

1. Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji kredibilitas. Kredibilitas

penelitian kualitatif ini dilakukan melalui *triangulasi*. *Triangulasi* merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau perbandingan terhadap data-data tersebut (Moleong 2005, 330). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *triangulasi* sumber dan *triangulasi* teknik.

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber. Untuk data mengenai Strategi Pemberdayaan Pedagang Pasar Rakyat Markasan di Nanga Pinoh Kabupaten Melawi, maka pengumpulan dan pengajian data yang diperoleh dari para informan yang berhubungan langsung dalam pemberdayaan Pedagang Pasar Rakyat Markasan. Selanjutnya data yang didapatkan dideskripsikan dari sumber-sumber tersebut, sehingga data yang telah dianalisis dapat menghasilkan suatu kesimpulan.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik digunakan untuk menguji data yang dilakukan dengan mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data yang diperoleh dengan wawancara, kemudian dicek dengan observasi dan dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

2. Teknik Analisis data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles and Huberman (Sugiyono 2007, 91) mengemukakan bahwa "aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data diantaranya:

1. Meringkas data (*data reduction*)

2. Memaparkan (*data display*)
3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam merumuskan tindakan strategi tersebut Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi mempertimbangkan faktor internal dan faktor eksternal demi mencapai tujuan untuk pemberdayaan pedagang pasar. Upaya untuk melakukan langkah-langkah dalam menyusun strategi pemberdayaan pedagang di Pasar Rakyat Markasan diperlukan data-data yang mendukung pengambilan keputusan strategi yang tepat. Data yang didapatkan kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT. Digunakan untuk menjawab faktor-faktor dan strategi apa yang menjadi pendukung atau penghambat dalam memberdayakan pedagang Pasar Rakyat Markasan di Kota Nanga Pinoh Kabupaten Melawi. Analisis SWOT digunakan dengan membandingkan antara faktor internal, kekuatan

(*strength*) dan kelemahan (*weakness*) dengan faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*).

1. Analisis Faktor Internal

1.1. Faktor Kekuatan (Strength)

Kekuatan dapat diartikan sebagai sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh suatu instansi atau perusahaan dalam menjalankan fungsinya khususnya instansi pemerintahan yang melayani masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu misi dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi yaitu "Meningkatkan Kapasitas Pelaku Usaha Kecil Menengah Mandiri". Dari misi tersebut secara jelas bahwa tujuan dari dinas yaitu untuk memberdayakan pelaku usaha kecil dimana pedagang pasar rakyat juga termasuk ke dalam kategori pelaku usaha kecil agar dapat berkembang dan juga merupakan tanggung jawab dari dinas tersebut. Adapun yang menjadi faktor kekuatan dalam memberdayakan pedagang di Pasar Rakyat Markasan

Kabupaten Melawi adalah :

1. Adanya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 dan Buku Putih Pasar Tradisional Tahun 2008.

2. Lokasi yang strategis dan merupakan pusat pasar yang ada di Kabupaten Melawi.

1.2. Faktor Kelemahan (Weakness)

Kelemahan merupakan kondisi keterbatasan dari sumberdaya dan kemampuan yang dimiliki instansi terhadap persaingan yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan atau masyarakat secara efektif. Adapun yang menjadi faktor kelemahan dalam memberdayakan pedagang pasar rakyat markasan Kabupaten Melawi adalah:

1. Alokasi anggaran Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi yang terbatas
2. Minimnya modal yang dimiliki oleh para pedagang pasar rakyat
3. Fasilitas berdagang yang kurang memadai

2. Analisis Faktor Eksternal

2.1. Faktor Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah sebuah situasi dimana dapat memberikan kesempatan yang menguntungkan dalam lingkungan instansi atau perusahaan. Adapun peluang yang diidentifikasi sebagai berikut :

1. Adanya pedagang-pedagang potensial
2. Pasar Rakyat Markasan merupakan sumber kebutuhan sehari-hari penduduk.

2.2. Faktor Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan instansi perdagangan. Ancaman yang dimaksud dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Tingginya daya saing untuk memperebutkan lapak dagang
2. Persaingan dengan pasar modern
3. Cuaca hujan dan bencana banjir.

3. Rumusan Strategi SWOT

3.1. Strategi SO,

Strategi SO (*Strenghts Opportunities*) merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, yaitu dengan melakukan penertiban dan pendataan kepada semua pedagang baik yang ada di dalam pasar maupun pinggiran jalan pasar.

3.2. Strategi WO

Strategi WO (*Weakness Opportunities*) merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Berikut strategi WO yang dapat dilakukan untuk memberdayakan pedagang pasar rakyat markasan :

1. Menyediakan koperasi bagi para pedagang.
2. Membuat peraturan tata tertib secara tertulis bagi pedagang.

3.3. Strategi ST

Strategi ST (*Strenght Threat*) merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman, yaitu dengan memberikan pembinaan kepada pedagang dengan berpedoman pada Buku Putih Pasar Tradisional Tahun 2008 agar pedagang mampu bersaing.

3.4. Strategi WT

Strategi WT (*Weakness Threat*)

merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Adapun strategi WT adalah sebagai berikut:

1. Melakukan penataan ulang bangunan kios dan los pasar.
2. Bekerja sama dengan pihak luar untuk menyediakan pelatihan-pelatihan bagi pedagang untuk menambah pengetahuan dan keterampilan pedagang.

E. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang sudah diuraikan pada bab-bab sebelumnya maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa analisis faktor internal yang mempengaruhi upaya pemberdayaan pedagang Pasar Rakyat Markasan Kabupaten Melawi meliputi aspek kekuatan (*strenght*) yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70 Tahun 2013 dan Buku Putih Pasar Tradisional Tahun 2008 yang dapat dijadikan pedoman dalam membina pedagang serta lokasi strategis

yang dimiliki oleh Pasar Rakyat Markasan yang menjadi pendukung pedagang untuk berjualan di pasar tersebut sedangkan dari aspek kelemahannya (weakness) meliputi anggaran Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi yang terbatas, minimnya modal yang dimiliki pedagang serta fasilitas berdagang yang kurang memadai.

2. Analisis faktor eksternal dalam upaya memberdayakan pedagang Pasar Rakyat Markasan meliputi aspek peluang (opportunities) yaitu adanya pedagang-pedagang potensial dan Pasar Rakyat Markasan merupakan sumber kebutuhan sehari-hari masyarakat sekitar dan aspek ancaman (threats) yaitu tingginya daya saing dalam untuk memperebutkan lapak dagang, persaingan dengan pasar modern serta cuaca hujan dan bencana banjir.

3. Setelah mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pemberdayaan pedagang Pasar Rakyat Markasan di Nanga Pinoh Kabupaten Melawi maka diperoleh beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi dalam usaha memberdayakan pedagang Pasar Rakyat Markasan Nanga Pinoh Kabupaten Melawi.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan penelitian saran yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah Daerah Kabupaten Melawi melalui Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan sebagai pengelola Pasar Rakyat Markasan harus bertindak cepat untuk memberdayakan pedagang pasar karena Pasar Rakyat Markasan sebagai tempat mata pencaharian bagi para pedagang yang juga menjadi tempat masyarakat

untuk membeli kebutuhan sehari-hari serta Pasar Rakyat Markasan menyediakan kesempatan dan lapangan pekerjaan yang dapat membantu perekonomian daerah.

2. Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi sebaiknya menyediakan koperasi sebagai bentuk bantuan untuk pedagang agar pedagang dapat memanfaatkan simpan pinjam lewat koperasi yang bisa menjadi sumber modal bagi para pedagang pasar.
3. Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Kabupaten Melawi dapat menjalin kerja sama dengan pihak-pihak yang dapat membantu memberikan pelatihan dan pembinaan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pedagang Pasar Rakyat Markasan Kabupaten Melawi.
4. Pemerintah daerah Kabupaten Melawi melalui Dinas

Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perdagangan Kabupaten Melawi menata ulang serta menyediakan sarana berdagang yang memadai dan sesuai dengan jumlah pedagang yang ada di dalam Pasar Rakyat Markasan maupun pedagang yang ada di pinggiran jalan Pasar Rakyat Markasan.

5. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Melawi membuat perturan tertulis serta sanksi yang tegas untuk pedagang sehingga dapat melatih kedisiplinan pedagang Pasar Rakyat Markasan Kabupaten Melawi.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Herdiansyah, Haris. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Lexy. J. Moleong. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad. Sarwosono. *Strategi Pemerintahan: Manajemen*

- Organisasi Publik*. Penerbit Erlangga.
- Rangkuti. Freddy. (2006). *Analisi SWOT Membenah Teknik Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Siagian, Sondang P. (2007) *Administrasi Pembangunan. Konsep, Dimensi dan Strateginya*. Jakarta: Gunung Agung
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto. Edi. (2009). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*. Bandung: PT Refika Aksara
- Sukirno. Sadono. (2007). *Ekonomi Pembangunan, Proses, Masalah dan Dasar Kebijakan*. Jakarta: Kencana
- Suroso. P.C. (1993). *Perekonomian Indonesia, Buku Paduan Mahasiswa*. Jakarta: APTIK dan Gramedia Pustaka Utama.
- Suryono, Agus. (2004) *Pengantar Teori Pembangunan*. Malang: Penerbit Universitas Negeri Malang (UM Press)
- Soetomo. (2006). *Strategi-strategi Pembangunan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tulus. Tambunan. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. Jakarta: LP3ES
- Tjokrowinoto. Moejiarto. *Pembangunan Dilema dan Tantangan*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Usman. Sunyoto. (2012). *Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Zubaedi. (2007) *Wacana Pembangunan Alternatif: Ragam Perspektif dan Pengembangan dan Pemberdayaan Masyarakat*. Jogjakarta: Ar RuzzMedia

UNDANG-UNDANG :

- Undang-Undang (UU) Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2006 tentang UMKM
- Keputusan Menteri Keuangan No. 40/KMK.06/2003 Tanggal 29 Januari 2003
- Peraturan Menteri Perdagangan nomkor 70 tahun 2013 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, dan Toko Modern bab 5 pasal 18 ayat 2.

SUMBER DARI SKRIPSI

- Rony. 2017. *Strategi Pemberdayaan Pedagang di Koperasi Pedagang di Koperasi Pedagang Pasar Usaha Maju Bersama Putusibau*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Tanjungpura.