

## STRATEGI PENINGKATKAN PENERIMAAN RETRIBUSI PASAR DAN RETRIBUSI KEBERSIHAN DI PASAR TRADISIONAL IBUH KOTA PAYAKUMBUH

Nurfitriyenny<sup>1)</sup> dan Dian Rahmawaty<sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi, Indonesia

email: <sup>1</sup>[nurfitriyenny.taufik@gmail.com](mailto:nurfitriyenny.taufik@gmail.com)

<sup>2</sup>[dianrahmawaty88@gmail.com](mailto:dianrahmawaty88@gmail.com)

### ABSTRACT

*Traditional markets, in fact, are able to provide services to the needs of low-income people, thus creating a condition of equitable distribution of development results. In addition, as a means of economic turnover, traditional markets have proven to be effective. One proof is the circulation of money in traditional markets which every day can reach billions of rupiah. With an economic turnover that reaches billions of rupiah, of course, the existence of traditional markets contributes no small amount to the increase in Payakumbuh City Original Revenue (PAD) in terms of receiving market levies and cleaning levies. The purpose of this study is to 1). To find out the efforts made in increasing Market Retribution Revenue.2). To find out the obstacles encountered in increasing Market Retribution and Cleaning Retribution. The data used in this study is primary data, namely data obtained directly from the market management office. As for the data analysis method using SWOT analysis. From the results of the research that has been carried out, the authors can conclude that to increase the acceptance of market retributions and levies at the Payakumbuh Traditional Market, this is done by utilizing the SO (Strengths-Opportunity) strategy, namely by utilizing the Strategic Market Location which is a crossing area between the Province of West Sumatra and Riau Province, the Payakumbuh Government always maintains the cleanliness, comfort and safety of visitors. As well as taking advantage of opportunities in the form of cooperation with other parties so that the market that was previously untidy and not well organized is now starting to change so that many outsiders want to cooperate and invest in the traditional market of Payakumbuh City.*

**Keywords:** market charges; SWOT analysis; strategy

### ABSTRAK

Pasar tradisional, secara nyata mampu memberikan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat yang berpenghasilan rendah, sehingga dengan demikian tercipta suatu kondisi pemerataan hasil-hasil pembangunan. Selain itu, sebagai sarana perputaran ekonomi, pasar tradisional terbukti efektif. Salah satu buktinya adalah perputaran uang di pasar tradisional yang setiap hari bisa mencapai milyaran rupiah. Dengan nilai perputaran ekonomi yang mencapai milyaran rupiah, tentunya keberadaan pasar tradisional memberikan sumbangan yang tidak sedikit bagi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Payakumbuh dari sisi penerimaan retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan. Tujuan dari Penelitian ini untuk 1). Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan Penerimaan Retribusi Pasar. 2). Untuk mengetahui kendala-kendala yang ditemui dalam meningkatkan Penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari dinas pengelolaan pasar. Sedangkan untuk metode analisa data dengan menggunakan Analisa SWOT. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis dapat menyimpulkan bahwa untuk peningkatan penerimaan retribusi pasar dan retribusi di Pasar Tradisional Kota Payakumbuh dilakukan dengan memanfaatkan strategi SO (Strengths-Opportunity) yaitu dengan cara memanfaatkan Lokasi pasar yang Strategis yang merupakan daerah perlintasan antara Propinsi Sumatera Barat dan Propinsi Riau maka Pemerintah Payakumbuh selalu menjaga kebersihan, kenyamanan dan keamanan pengunjung. Serta Memanfaatkan peluang berupa kerjasama dengan pihak lainnya sehingga pasar yang dulunya kurang rapi dan tidak tertata dengan baik kini mulai berubah sehingga banyak pihak luar yang ingin melakukan kerjasama dan berinvestasi di pasar tradisional Ibu Kota Payakumbuh.

**Kata kunci:** analisis SWOT; retribusi pasar; strategi

---

*Detail Artikel:*

*Diterima: 19 Januari 2022*

*Disetujui: 2 Februari 2022*

*DOI: [10.47896/ab.v2i2.485](https://doi.org/10.47896/ab.v2i2.485)*

---

## **PENDAHULUAN**

Pasar tradisional, secara nyata mampu memberikan pelayanan terhadap kebutuhan masyarakat yang berpenghasilan rendah, sehingga dengan demikian tercipta suatu kondisi pemerataan hasil-hasil pembangunan. Selain itu, sebagai sarana perputaran ekonomi, pasar tradisional terbukti efektif. Salah satu buktinya adalah perputaran uang di pasar tradisional yang setiap hari bisa mencapai milyaran rupiah. Dengan nilai perputaran ekonomi yang mencapai milyaran rupiah, tentunya keberadaan pasar tradisional memberikan sumbangan yang tidak sedikit bagi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kota Payakumbuh dari sisi penerimaan retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan.

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan manifestasi dari sumber penerimaan daerah yang berguna untuk membiayai kegiatan pemerintah daerah termasuk dalam hal pembiayaan pembangunan. Penggunaan dana yang bersumber dari PAD dapat dimanfaatkan oleh daerah sesuai dengan kebutuhannya.

Pemerintah Pusat tidak berwenang untuk mengatur dan menentukan penggunaan sumber penerimaan daerah tersebut. Dengan diberikannya kewenangan untuk menggali sumber-sumber keuangannya sendiri, diharapkan daerah akan dapat memenuhi kebutuhannya sendiri sehingga ketergantungan pada subsidi pemerintah pusat akan semakin berkurang. Selain itu, daerah diharapkan juga dapat semakin meningkatkan potensi keuangan baik yang sudah ada maupun yang belum ada. Hal inilah yang menyebabkan usaha-usaha peningkatan PAD menjadi sangat penting agar proses pembangunan di daerah tetap berjalan lancar dan berkelanjutan.

Retribusi Daerah dalam bentuk Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan termasuk dalam jenis Retribusi Jasa Usaha dimana Bidang Pengelolaan Pasar yang diberikan kewenangan khusus untuk memungut dan mengelola retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan oleh Pemerintah Daerah Kota Payakumbuh selalu berupaya meningkatkan pelaksanaan pengelolaan yang optimal dalam rangka meningkatkan pembangunan ekonomi. Bidang Pengelolaan Pasar Kota Payakumbuh memungut dan mengelola Retribusi Pasar dan retribusi kebersihan dalam upaya meningkatkan pembangunan daerahnya. Pendahuluan mencakup latar belakang atas suatu permasalahan serta urgensi dan rasionalisasi kegiatan (penelitian atau pengabdian). Tujuan kegiatan dan rencana pemecahan masalah disajikan dalam bagian ini. Tinjauan pustaka yang relevan dan pengembangan hipotesis dimasukkan dalam bagian ini.

Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan merupakan salah satu jenis Retribusi Daerah yang sangat potensial dan diharapkan dapat memberikan kontribusi pendapatan daerah. Kota Payakumbuh merupakan salah satu daerah dalam wilayah propinsi Sumatera Barat yang mempunyai prospek yang cukup baik dalam mengelola Retribusi sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah.

Oleh karena semakin meningkatnya pembangunan tersebut berarti membutuhkan biaya yang semakin meningkat pula dimana biaya ini diperoleh dari pendapatan daerah termasuk didalamnya Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan. Dalam pungutan Retribusi Pasar dan retribusi Kebersihan Pemerintah Kota Payakumbuh tidak lepas dari masalah yang merupakan penghambat dalam pemungutan Retribusi tersebut.

Adapun faktor penghambat tidak tercapainya target realisasi retribusi tersebut diantaranya :

1. Kurangnya pengawasan terhadap pemungutan retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan di Bidang pengelolaan Pasar pada Dinas Koperasi, UMKM dan Perindag Kota Payakumbuh
2. Penempatan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam mengelola atau melaksanakan tugas yang diberikan pimpinan.
3. Kondisi sarana dan prasarana yang kurang memadai.
4. Kesadaran pedagang terhadap kedisiplinan dalam pembayaran tarif retribusi dilingkungan pasar.

Selain itu disebabkan oleh karena Retribusi Pasar tersebut bersifat aktif, dimana besarnya penerimaan Retribusi Pasar tersebut dipengaruhi oleh kemampuan dinas yang melakukan pemungutan dalam mengelola dan mengali potensi yang ada di daerah tersebut. Berbeda dengan Retribusi Kebersihan dari tahun ke tahun tidak pernah mencapai target jumlah penerimaannya, hal ini dipengaruhi oleh perkembangan dan laju pertumbuhan pedagang yang secara langsung mempengaruhi jumlah penerimaan Retribusi Kebersihan serta kemampuan dari Pemerintah Daerah dalam menetapkan target.

Dari uraian tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang akan dituangkan ke dalam skripsi dengan judul “Strategi Peningkatkan Penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan di Pasar Tradisional Ibu Kota Payakumbuh”.

Dari uraian yang telah penulis paparkan di atas dan sesuai dengan pengamatan, maka penulis mencoba merumuskan permasalahan sebagai berikut: Bagaimana Strategi dari Kepala Bidang Pengelolaan Pasar dalam Meningkatkan Penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan melalui Pemberdayaan Pasar Tradisional?

Adapun tujuan penelitian ini adalah :1). Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan dalam meningkatkan Penerimaan Retribusi Pasar.2). Untuk mengetahui kendala-kendala yang ditemui dalam meningkatkan Penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan.

Adapun Manfaat penelitian 1). Secara keilmuan dan empiris sebagai bahan kajian untuk meningkatkan pemahaman dari sisi keilmuan, terutama tentang Pendapatan Asli Daerah. Untuk menambah khasanah dan masukan bagi Institut Teknologi dan bisnis Haji Agus Salim Bukittinggi.2). Secara manajerial bahan masukan bagi Pemerintah Kota Payakumbuh dalam upaya meningkatkan penerimaan Retribusi sebagai salah satu instrumen dari Pendapatan Asli Daerah.

## **TELAAH LITERATUR**

Strategi mempunyai banyak arti penting bagi setiap individu maupun organisasi. Strategi sudah berkembang dari sejak zaman dahulu, pertama kali strategi digunakan oleh para jendral untuk memenangkan peperangan pada zaman Yunani dan Romawi kuno.

Seiring berkembangnya zaman terutama dengan semakin pesatnya kompetisi dalam bisnis, banyak perusahaan mengadopsi konsep strategi untuk bisa bertahan dan memenangkan kompetisi di dalam persaingan bisnis yang ketat.

Berikut adalah konsep dan pengertian strategi dari beberapa tokoh atau pakar dalam ilmu strategi :

1. Michael R.Porter (1996), berpendapat bahwa “ srategi adalah sebuah proses penciptaan sebuah posisi yang unik dan bernilai, yang dalam proses penciptaannya dilakukan dengan berbagai kegiatan yang beragam dan berbeda”.
2. Sedangkan Mulyadi (2001) berpendapat bahwa strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi, melalui misi.

Dari begitu banyak pengertian strategi yang telah di kemukakan oleh berbagai ahli berdasarkan sudut pandangnya , maka dapat di tarik kesimpulan bahwasanya strategi adalah sekumpulan perencanaan yang di ambil dari beberapa pilihan yang telah di buat yang di gunakan untuk mencapai tujuan yang telah di tatapkan, yang berguna untuk mengatasi setiap

keadaan dan kondisi yang selalu berubah di dalam lingkungan internal dan eksternal suatu organisasi. Strategi yang baik mendatangkan banyak keuntungan bagi organisasi di masa depan dan juga membuat semua orang yang ada di dalamnya loyal dan setia kepada organisasi tersebut.

Retribusi pasar atau retribusi pelayanan pasar merupakan salah satu jenis retribusi jasa umum yang keberadaannya cukup dimanfaatkan oleh masyarakat. Menurut penjelasan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2001 yang dimaksud pelayanan pasar adalah fasilitas pasar tradisional atau sederhana berupa pelataran, los yang dikelola pemerintah daerah, dan khusus disediakan untuk pedagang, tidak termasuk yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Daerah, dan pihak swasta. Fasilitas-fasilitas lain yang dikelola oleh pemerintah daerah untuk pedagang yaitu keamanan, penerangan umum, penyediaan air, telepon, kebersihan dan penyediaan alat-alat pemadam kebakaran.

Adapun yang menjadi objek dari retribusi pasar adalah kegiatan usaha perdagangan/pengusaha yang melakukan usaha perdagangan/transaksi yang dilakukan didalam pasar atau bagian luar pasar yang masuk radius 20 meter dari pagar luar lokasi pasar. Sedangkan yang menjadi subjek retribusi pasar adalah orang pribadi atau badan yang menggunakan pelayanan penyediaan fasilitas pasar. Selanjutnya untuk menjamin kelancaran pemungutan retribusi pasar, maka pemerintahan menunjukan instansi dalam hal ini Dinas Pengelolah Keuangan dan Aset Daerah dalam hal pengelolaan, pemungutan dan pengawasan retribusi pasar untuk membantu Pemerintah Daerah agar dapat memenuhi sebagian dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah.

Sejalan dengan pengertian Retribusi diatas, maka retribusi sampah merupakan pungutan yang dilakukan oleh Pemerintah Daerah ( dalam hal ini satuan kerja perangkat daerah (SKPD tertentu ) kepada rumah tangga ataupun objek lainnya yang telah memperoleh jasa pelayanan pengelolaan sampah. Jadi Retribusi Kebersihan termasuk kedalam golongan retribusi jasa umum yakni pungutan yang dilakukan oleh pemerintah daerah kepada masyarakat yang berada didalam wilayah hukumnya atas pemberian jasa atau pelayanan penanganan sampah atau kebersihan.

Hasil dari penyelenggaraan pelayanan pengelolaan sampah tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat yang menghasilkan atau menimbulkan sampah, tetapi siapapun dapat menikmati kebersihannya. Oleh karena itu retribusi kebersihan dikenakan dengan prinsip yang mengotori wajib membayar atau *Polluturs Pay Princile* dan yang menikmati atau *Beneficiary Pay Principle*.

Karena pemungutan retribusi pengelolaan sampah atau dengan istilah retribusi kebersihan masih merupakan kegiatan yang masih belum optimal untuk memperoleh efisiensi yang tinggi, Karena masih melekatnya anggapan bahwa pengelolaan sampah kota sebagai pelayanan umum adalah tugas dari pemerintah kota/ kabupaten yang dibiayai dari berbagai pajak yang telah dibayar oleh masyarakat.

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Retribusi Pasar dan Retribusi Rebersihan disini menurut Perda Kota Payakumbuh nomor. 19 Tahun 2011 adalah Pelayanan yang disediakan oleh Pemerintah Daerah Kota Payakumbuh dengan tujuan untuk kepentingan umum seta dapat dinikmati oleh pribadi/ badan.

Jadi pada Retribusi Pasar ini subjeknya adalah orang pribadi/ badan yang memperoleh penyediaan fasilitas pasar tradisional sederhana, pelataran, los, lapak atau tenda dari Pemerintah daerah. Sedangkan retribusi kebersihan adalah orang pribadi/ badan yang memperoleh pelayanan persampahan dan kebersihan dari Pemerintah daerah.

Untuk mengetahui pengelolaan penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan Pasar Ibu di Kota payakumbuh dapat dilihat dengan terlebih dahulu mengidentifikasi setiap permasalahan dalam pengelolaan penerimaan retribusi tersebut yang pengelolaannya dibedakan atas 4 bagian sesuai dengan konsep George R. Terry yaitu Perencanaan,

pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan, kemudian mengarah pada peningkatan pendapatan asli daerah.



**Gambar 1**  
**Kerangka Berfikir**

Kebersihan dapat diwujudkan dengan menformulasikan strategi yang tepat sehingga Kota Payakumbuh mendapatkan Penghargaan di bidang Pengelolaan Pasar Tradisional. Oleh karena itu Bidang pengelolaan Pasar harus selalu mengoptimalkan seluruh potensi yang ada dan membuat program-program yang tepat untuk mencapai Target-Target yang ditetapkan Kota Payakumbuh untuk perkembangan Kota payakumbuh dimasa yang akan datang.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dimana peneliti menggambarkan dan menjelaskan situasi dan kondisi yang terjadi, setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara yang berkaitan dengan pengelolaan pasar dan Retribusi di Kota Payakumbuh kepada sumber data yang terkait dengan penelitian.

Instrumen yang digunakan data untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, menurut Irawan dalam sebuah penelitian kualitatif yang menjadi instrumen terpenting adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai Instrumen penelitian memiliki ciri tersendiri, seperti yang disebutkan Sugiyono (2005) yaitu : 1) Peneliti sebagai alat dan dapat bereaksi terhadap segala stimulus dari lingkungan yang diperkirakannya bermakna atau tidak bagi penelitian. 2) Peneliti sebagai alat dapat menyesuaikan diri terhadap semua aspek keadaan dan dapat mengumpulkan aneka ragam data sekaligus. 3) Tiap situasi merupakan keseluruhan. Tidak ada suatu instrumen berupa test/angket yang dapat menangkap keseluruhan situasi, kecuali manusia. 4) Suatu situasi yang melibatkan interaksi manusia, tidak dapat dipahami dengan pengetahuan semata.5). Peneliti sebagai instrumen dapat segera menganalisis data yang diperoleh dan dapat menafsirkannya. 6) Manusia sebagai instrumen dapat mengambil kesimpulan berdasarkan data yang dikumpulkan dan digunakan dengan

segera untuk perbaikan. 7) Manusia sebagai instrumen, respon yang aneh dan menyimpang dapat diberi perhatian, bahkan yang bertentangan digunakan untuk meningkatkan kepercayaan dengan tingkat pemahaman yang diteliti.

Dalam penelitian ini perlu dipilih informan yang berkaitan langsung dengan penerapan strategi dalam peningkatan penerimaan retribusi pasar dan retribusi kebersihan di Pasar Tradisional Ibut Kota Payakumbuh. Adapun pemilihan informan tersebut dengan pertimbangan bahwa terkait dengan strategi manajemen menjalankan Program Pengembangan Pasar Tradisional Kota Payakumbuh yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Informan Pasar Tradisional Ibut Kota Payakumbuh**

No.	Kategori Informan	Jumlah
1.	Kepala Dinas Koperasi,UMKM, Perindustrian Dan Perdagangan	1 orang
2.	Kepala Bidang Pengelolaan Pasar	1 orang
3.	Kepala Seksi Sarana Dan Prasara Bidang Pasar	1 orang
4.	Kepala Seksi Pendapatan Asli Daerah Bidang Pasar.	1 orang
5.	Pedagang pasar tradisional	2 orang
6.	Petugas lapangan/ Inner	2 orang

Sumber: data primer

Sumber data terbagi dua yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti. Sebagai data primer dalam penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati dari hasil wawancara dan observasi. Sedangkan data-data sekunder yang didapatkan berupa dokumen tertulis, gambar dan foto-foto.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara: 1). Wawancara: Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara / *interviewer* dan terwawancara / *interviewee*. Dalam penelitian kali ini, peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam dengan informan terpilih yaitu aktor yang terlibat dalam Penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan di Pasar Ibut Kota Payakumbuh. 2). Dokumentasi: Penulis melakukan pengumpulan data melalui bahan-bahan tertulis, baik berupa prosedur, peraturan-peraturan, dokumen - dokumen dan data – data lainnya. 3). Observasi: Observasi adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang dilakukan oleh sumber penelitian dilapangan, yang bertujuan memperoleh informasi dan gambaran secara jelas mengenai penerimaan retribusi pasar dan retribusi kebersihan. 4). Study Kepustakaan: Study kepustakaan adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pencarian-pencarian data-data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dari berbagai sumber pustaka untuk kelengkapan data yang dibutuhkan.

Analisis data merupakan proses penyusunan data agar dapat diinterpretasikan (*Saebani, 2009*). Dalam menggunakan analisis SWOT, penganalisaan dilakukan terhadap *Strength* (kekuatan) yaitu factor internal yang mendukung pencapaian sasaran kemudian analisis *Weakness* (kelemahan) yaitu factor internal yang menghambat pencapaian sasaran, kemudian *Opportunity* (peluang) adalah factor diluar lingkungan yang menguntungkan dan *Threat* (ancaman) dari luar lingkungan yang menghambat pencapaian sasaran.

Setelah mengolah dan menganalisis lingkungan internal dan eksternal, maka dapat Dilakukan tahap selanjutnya dengan merumuskan strategi melalui berbagai tahapan:

### 1. IFE (*Internal Factor Evaluation*)

IFE (*Internal Factor Evaluation*) digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang ada dalam lingkungan internal perusahaan yaitu berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Tahapnya adalah : (Rangkuti; 2000)

- a. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan.
- b. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c. Hitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negatif, sebaliknya, dan dapat dilihat pada tabel Matrik Score IFE dibawah ini:

**Tabel 2**  
**Matrik Score Faktor-Faktor Strategis Internal**  
**( IFE / *Internal Factor Evaluation* )**

Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor Pembobotan (Bobot x Rating)
<b>Kekuatan (<i>Strengths/S</i>)</b>			
1. Kekuatan 1	Bobot	Rating	
2. Kekuatan 2	Kekuatan 1	Kekuatan 1	
	Bobot	Rating	
	Kekuatan 2	Kekuatan 2	
<b>Jumlah S</b>	<b>A</b>		<b>b</b>
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses/W</i>)</b>			
1. Kelemahan 1	Bobot	Rating	
2. kelemahan2	Kelemahan 1	Kelemahan 1	
	Bobot	Rating	
	Kelemahan 2	kelemahan 2	
<b>Jumlah W</b>	<b>C</b>		<b>d</b>
<b>Total</b>	<b>(a+c) = 1</b>		<b>(b+d)</b>

Sumber : Rangkuti, 2006

### 2. EFE (*External Factor Evaluation*)

Digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh pada objek penelitian yang berada diluar lingkungan perusahaan, yaitu berupa peluang dan ancaman. (Rangkuti; 2000).

Di dalam membuat EFE matriks ini, kita perlu mengetahui dan mengevaluasi lingkungan eksternal perusahaan itu baik lingkungan umum maupun lingkungan industrinya.

Beberapa faktor eksternal yang dipertimbangkan, baik itu peluang maupun ancaman, total nilai tertimbang yang dihasilkan akan berkisar dari 1,0 untuk yang sangat rendah sampai dengan 4,0 untuk yang sangat tinggi, dengan skor rata-ratanya 2,5. Dengan demikian jika hasil dari EFE matriks ditemukan bahwa hasil yang diperoleh di bawah 2,5 berarti perusahaan dengan keadaan yang ada belum mampu memanfaatkan peluang secara optimal serta sangat rentan terhadap ancaman persaingan. Atau dengan kata lain, posisi perusahaan

lemah dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal. Sedangkan jika hasilnya lebih besar dari 2,5 maka bisa disimpulkan bahwa dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relatif kuat, dan dapat dilihat pada tabel Matrik Score EFE dibawah ini :

**Tabel 3**  
**Matrik Score Faktor-Faktor Strategis Eksternal**  
**(EFE / External Factor Evaluation)**

<b>Faktor-faktor Strategis Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Skor Pembobotan (Bobot x Rating)</b>
<b>Peluang (Opportunities/O)</b>			
1. Peluang 1	Bobot Peluang 1	Rating Peluang 1	
2. Peluang 2	Bobot Peluang 2	Rating Peluang 2	
<b>Jumlah O</b>	<b>A</b>		<b>B</b>
<b>Ancaman (Threats/T)</b>			
1. Ancaman 1	Bobot Ancaman 1	Rating Ancaman 1	
2. Ancaman 2	Bobot Ancaman 2	Rating Ancaman 2	
<b>Jumlah T</b>	<b>C</b>		<b>D</b>
<b>Total</b>	<b>(a+c) = 1</b>		<b>(b+d)</b>

Sumber : Rangkuti, 2006

### 3. Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisi dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing elemen dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), maka dari semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk Matrik SWOT. Melalui Matrik SWOT akan terlihat secara rinci elemen-elemen dari faktor internak dan faktor eksternal sehingga dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yaitu S-O (*Strength – Opportunities*), S-T (*Strength – Threat*), W-O (*Weakness – Opportunities*), W-T (*Weakness – Threat*), dan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4**  
**Matrik SWOT**

<b>Internal / Eksternal</b>	<b>Strengths (kekuatan) S</b>	<b>Weakness (kelemahan) W</b>
<b>Opportunities (peluang) O</b>	<b>S-O</b> Mengoptimalkan kekuatan dalam rangka mendapatkan peluang	<b>W-O</b> Meminimalkan kelemahan yang ada dalam rangka mendapatkan peluang
<b>Threat (ancaman) T</b>	<b>S-T</b> Mengoptimalkan kekuatan yang ada dalam meminimalkan ancaman dari luar	<b>W-T</b> Meminimalkan kelemahan yang ada dalam meminimalkan ancaman dari luar



### **Konsep Analisis SWOT (*Strengths Weakness Opportunities Threats*)**

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *streangths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *oppurtinities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. (Rangkuti, 2000). Analisa SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*waknesses*). Penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat di tentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal . kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisa SWOT.

Strategi SO dalam SWOT matrix ini adalah strategi yang di gunakan perusahaan dengan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan yang di milikinya /*Strengths* (S) untuk memanfaatkan berbagai peluang /*opportunities* ( O ) yang ada. Sedangkan WO strategi adalah strategi yang digunakan perusahaan dengan seoptimal mungkin dengan meminimalisir kelemahan/*weaknesses* (W) yang ada untuk memanfaatkan berbagai peluang/*opportunity* (O). Strategi ST adalah strategi yang digunakan perusahaan dengan memanfaatkan atau mengoptimalkan kekuatan/*strengths* (S) untuk emngurangi berbagai ancaman/*threats* (T) yang mungkin melingkupi perusahaan. dan yang terakhir, strategi WT adalah strategi yang digunakan untuk mengurangi kelemahan/*weaknesses* (W) dalam rangka meminimalisir menghindari ancaman/*threats* (T).

SWOT matrik menggambarkan berbagai alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada hasil analisis SWOT. Karenanya ada 4 alternatif strategi yang tersedia yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Data dan informasi yang digunakan oleh masing-masing strategi ini diperoleh dari matriks EFE dan IFE. Oleh karena itu sebelum menghasilkan SWOT Matrix, pembuatan *External Factor Evaluation (EFE) matrix* dan *Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix* perlu dilakukan terlebih dahulu.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil Temuan untuk Perumusan Strategi dan berdasarkan hasil survey, wawancara dan pengamatan yang penulis lakukan, dimana Pemerintah Kota Payakumbuh Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan khususnya Bidang Pengelolaan Pasar melakukan kegiatan yang terdiri dari beberapa tahap antara lain melakukan pengamatan lingkungan, merumuskan strategi, mengimplementasikan strategi yang telah dirumuskan dan tahap terakhir mengevaluasi atau mengendalikannya.

#### **Analisa Lingkungan Internal (Kekuatan dan Kelemahan)**

Setelah dilakukan penelitian dalam peningkatan penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan di Kota Payakumbuh, ditemukan faktor-faktor di lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahannya, yaitu:

##### **Kekuatan (*Strength*)**

- a. Karyawan yang handal dan berpengalaman  
Hal utama yang dibutuhkan dalam melakukan suatu pekerjaan adalah Sumber Daya Manusia, karena tidak akan bisa selesai suatu pekerjaan tanpa adanya SDM yang melakukan pekerjaan tersebut. Karyawan yang dipakai adalah Pegawai Negeri Sipil dilingkungan Pemerintah Kota Payakumbuh.
- b. Adanya Peraturan Daerah yang mengatur tentang Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan tersebut yaitunya Perda Kota Payakumbuh Nomor 20 tahun 2011 tentang Retribusi Jasa Usaha. Sehingga merupakan kekuatan dalam memaksa pedagang dalam memberikan Retribusi Pasar dan Retribusi kebersihan.
- c. Pedagang Pasar yang patuh terhadap kewajiban kewajibannya setelah mendapatkan berbagai haknya.

- d. Pasar yang bersih dan rapi yang memudahkan pengunjung untuk datang dan berbelanja di Pasar Tradisional Ibh Kota Payakumbuh.
- e. Sarana dan Prasarana yang memadai mulai dari jalan, drainase, WC dan lainnya. Karena tanpa faktor tersebut pengunjung akan malas datang ke Pasar.

#### **Kelemahan (Weakness)**

- a. Masih adanya toko/ kios yang belum ditempati oleh pedagang sehingga salah satu Lokasi berjualan kurang didatangi pengunjung.
- b. Masih adanya pedagang yang berjualan ditepi jalan sehingga mengganggu kenyamanan pemakai jalan.
- c. Kurangnya pengawasan terhadap pungutan Retribusi yang dilakukan sehingga setoran tidak terkontrol.
- d. Masih rendahnya kesadaran / perilaku pedagang dalam membayar retribusi pasar dan retribusi kebersihan.

#### **Analisa Lingkungan Eksternal (Peluang dan Ancaman)**

##### **Peluang (Opportunities)**

- a. Banyak didatangi oleh pedagang dan pengunjung dari luar daerah kota Payakumbuh seperti Kab. Lima puluh Kota, Kab Agam, Kab. Tanah datar dan lainnya.
- b. Adanya kerjasama dengan pihak lain seperti Yayasan Danamon Peduli, WHO dalam membantu menjaga kebersihan dan kenyamanan pasar dengan program dan kegiatan yang mereka buat.
- c. Bantuan dan Hibah dari Pemerintah Pusat seperti dana pembangunan dan bantuan berupa barang lainnya.
- d. Adanya misi kota Payakumbuh dalam menuju Kota sehat sehingga menciptakan kerjasama yang berkesinambungan dengan pedagang.

##### **Ancaman (Treat)**

- a. Banyaknya berdiri supermarket, mini market dan lainnya yang mengancam keberadaan pasar tradisional.
- b. Tingkat pendapatan masyarakat yang menurun sehingga apa yang akan mereka beli mereka selalu dipertimbangkan dulu.
- c. Jumlah pedagang yang semakin banyak dan tidak mau dipindahkan ke lokasi yang kosong.

#### **Matrik Internal Factor Evaluation (IFE) dan Eksternal Factor Evaluation (EFE)**

Pemberian bobot digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal dalam penataan Pedagang yang penting, tidak penting, cukup penting dan sangat penting. Pemberian bobot diurutkan menjadi 0,01 (sangat rendah), 0,05 (rendah), 0,10 (sedang), dan 0,15 (tinggi). Sedangkan rating/peringkat digunakan untuk menilai sejauh mana factor internal dan eksternal penting atau tidak penting untuk dikembangkan. Pemberian nilai rating diurutkan dari 1 sampai 4 dimana 1 (tidak penting), 2 (cukup penting), 3 (penting) dan 4 (sangat penting).

Setelah semua nilai dijumlahkan maka dipilih strategi yang memiliki nilai terbesar. Untuk lebih rincinya penilaian pada factor internal dan eksternal Pedagang dapat dilihat pada Tabel 5 dan 6 dibawah ini:

**Tabel 5**  
**Internal Faktor Evaluation (IFE) Matrik**

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Peringkat	Nilai
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
1.	a. Karyawan yang handal dan berpengalaman.	0,10	3	0,30
	b. Adanya Peraturan Daerah Kota Payakumbuh yang mengatur tentang Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan.	0,15	4	0,60
	c. Pedagang yang patuh akan setiap kewajiban kewajibannya.	0,10	3	0,30
	d. Pasar yang bersih dan rapi.	0,10	3	0,30
	e. Sarana dan prasarana yang memadai mulai dari drainase, jalan, WC dan lainnya.	0,10	3	0,30
<b>Jumlah</b>		0,55		1,80
<b>2. Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
	a. Masih adanya toko/ kios yang belum ditempati pedagang.	0,10	3	0,30
	b. Masih adanya pedagang yang berjualan ditepi jalan.	0,10	3	0,30
	c. Kurangnya pengawasan terhadap pemungutan Retribusi sehingga setoran tidak terkontrol.	0,15	4	0,60
	d. Masih rendahnya kesadaran / perilaku pedagang dalam membayar retribusi pasar dan retribusi kebersihan.	0,10	3	0,30
<b>Jumlah</b>		0,45		1,50
<b>Total</b>		1		3,30

**Tabel 6**  
**Eksternal Faktor Evaluation (EFE) Matrik**

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>				
1.	a. Banyak didatangi oleh Pedagang dan Pengunjung dari luar Kota payakumbuh.	0,15	4	0,60
	b. Adanya kerjasama dengan pihak lain seperti Yayasan Danamon Peduli, WHO dalam membantu menjaga kebersihan dan kenyamanan	0,10	3	0,30
	c. Bantuan dan hibah dari Pemerintah Pusat seperti dana pembangunan dan bantuan berupa barang lainnya	0,15	3	0,45
	d. Adanya misi Pemerintah Kota Payakumbuh menuju kota sehat, sehingga lahirnya kerjasama yang berkesinambungan dengan para pedagang.	0,10	3	0,30
<b>Jumlah</b>		0,50		1,65
<b>2. Ancaman (<i>Treath</i>)</b>				
	a. Banyaknya berdiri super market, mini market yang mengancam keberadaan pasar tradisional di Kota payakumbuh.	0,15	4	0,60
	b. Tingkat pendapatan masyarakat yang menurun sehingga apa yang akan mereka beli dipertimbangkan dahulu.	0,10	3	0,30
	c. Jumlah pedagang yang semakin banyak dan tidak mau dipindahkan tempat yang kosong.	0,15	3	0,45

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Peringkat	Nilai
d.	Situasi ekonomi politik yang tidak stabil apalagi menjelang Pemilu 2014 dan menuju pasar bebas Asean 2015.	0.10	2	0,20
	<b>Jumlah</b>	0,50		1,55
	<b>Total</b>	1		3,20

Berdasarkan matriks EFE dan IFE, dapat diketahui bahwa Pedagang berada pada posisi (3,30: 3,20) yang mendukung strategi agresif. Posisi perusahaan yang terletak pada posisi agresif, artinya perusahaan berada dalam situasi yang sangat menguntungkan. Untuk dapat meningkatkan penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan diperlukan kerjasama yang erat dan saling menguntungkan antara Pemerintah daerah Kota Payakumbuh dengan pedagang.

### Matrik SWOT

Setelah dilakukan analisis dan diberi bobot serta peringkat untuk masing-masing elemen dari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (Peluang dan Ancaman) dalam Strategi Peningkatan Penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan Maka dari semua faktor tersebut dapat digambarkan dalam bentuk matrik SWOT. Melalui matrik SWOT akan terlihat secara lebih rinci elemen dari faktor-faktor internal dan faktor eksternal dalam penataan pedagang kaki lima malam (pedagang kuliner malam) di Kota Payakumbuh. Pada matrik SWOT dapat dirumuskan beberapa alternatif strategi yaitu S-O (*Strenght-Opportunity*), S-T (*Strenght-Threath*), W-O (*Weaknessess-Opportunity*), W-T (*Weaknessess-Threats*).

Formulasi strategi yang dapat dimanfaatkan antara lain dapat dilihat pada tabel 1.7 berikut:

**Tabel 7**

**Matrik SWOT Analisis Strategi Yang Diterapkan Dalam Peningkatan Penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan di Pasar Tradisional Ibul Kota Payakumbuh**

IFE	Kekuatan ( <i>Strength-S</i> )	Kelemahan ( <i>Weakness-W</i> )
	a. Karyawan yang handal dan berpengalaman. b. Adanya Peraturan Daerah Kota Payakumbuh yang mengatur tentang Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan. c. Pedagang yang patuh akan kewajiban kewajibannya. d. Pasar yang bersih dan rapi. e. Sarana dan prasarana yang memadai mulai dari drainase, jalan, WC dan lainnya.	a. Masih adanya toko/ kios yang belum ditempati oleh pedagang. b. Masih adanya pedagang yang berjualan dipinggiran jalan. c. Kurangnya pengawasan terhadap pemungutan retribusi sehingga setoran tidak terkontrol. d. Masih rendahnya kesadaran / prilaku pedagang dalam membayar retribusi pasar dan retribusi kebersihan.
	Peluang ( <i>Opportunities-O</i> )	Strategi S-O
		Strategi W-O
	a. Banyak didatangi oleh pedagang dan pengunjung dari luar	a. Dengan Lokasi pasar yang Strategis yang merupakan daerah perlintasan antara a. Memberikan pengarahan dan pengetahuan dalam mengantisipasi terjadinya

<p>kota Payakumbuh.</p> <p>b. Adanya kerjasama dengan pihak lain seperti Yayasan Danamon Peduli dan WHO dalam membantu kebersihan dan kenyamanan pasar.</p> <p>c. Bantuan dan hibah dari Pemerintah Pusat berupa dana pembangunan dan bantuan barang lainnya.</p> <p>d. Adanya misi Pemerintah Kota Payakumbuh meenuju kota sehat, sehingga lahirnya kerjasama yang berkesinambungan dengan para pedagang.</p>	<p>Propinsi Sumatera Barat dan Propinsi Riau maka Pemerintah Payakumbuh selalu menjaga kebersihan, kenyamanan dan keamanan pengunjung.</p> <p>b. Memanfaatkan kerjasama dengan pihak lainnya sehingga pasar yang dulunya kurang rapi dan tidak tertata dengan baik kini mulai berubah sehingga banyak pihak luar yang ingin melakukan kerjasama dan berinvestasi di pasar tradisional Ibu Kota Payakumbuh .</p> <p>c. Menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan antara pedagang Pasar tradisional dengan Pemerintah Kota Payakumbuh (Instansi terkait) dalam menyediakan sarana dan prasarana di kawasan pasar .</p> <p>d. Dengan adanya terlaksananya dengan baik Peraturan Daerah Kota Payakumbuh maka Pemerintah pusat maupun Pemerintah Propinsi memberikan bantuan dan hibah agar kegiatan yang dilaksanakan oleh Bidang Pengelolaan pasar selalu berjalan dengan baik.</p>	<p>lonjakan pedagang luar yang ingin memiliki toko/ kios yang ada dipasar agar segera pedagang lokal membeli dan mengisi kios yang masih kosong.</p> <p>b. Meningkatkan kesadaran pedagang dalam memberikan retribusi Pasar maupun Retribusi Kebersihan karena jika mereka tidak mau memberikan retribusi tersebut yang rugi mereka nantinya karena Bidang Pengelolaan pasar tidak akan menyalurkan bantuan kepada pedagang .</p> <p>c. Dengan adanya pengawasan yang dilakukan oleh Bidang pengelolaan pasar terhadap setoran Retribusi tersebut nantinya diketahui mana pemungut yang mencapai target PAD sehingga dengan adanya kerjasama dengan pihak lain iner/ pemungut tersebut dibekali pelatihan dan Reward atas keberhasilannya.</p>
<p>Ancaman (<i>Treath-T</i>)</p>	<p>Strategi S-T</p>	<p>Strategi W-T</p>
<p>a. Banyaknya berdiri super market dan mini market yang mengancam keberadaan pasar tradisional di kota Payakumbuh.</p> <p>b. Tingkat pendapatan masyarakat</p>	<p>a. Pemerintah Kota Payakumbuh melalui Dinas Koperasi, UMKM Perindustrian dan perdagangan Mengadakan operasi pasar sehingga dapat menekan harga yang dipermainkan oleh spekulan</p>	<p>a. Melakukan pertemuan dengan pedagang yang berada pada kawasan Pasar Tradisional Ibu secara berkala untuk membahas masalah yang ada pada pasar dan juga memberikan penyuluhan kepada</p>

yang menurun sehingga apa yang mereka beli di pertimbangannya.	spekulan masyarakat berbelanja tradisional.	sehingga dapat kepeasar	pedagang agar wajib memberikan retribusinya karena dengan retribusi inilah kegiatan pembangunan pasar dapat dilanjutkan.
c. Jumlah pedagang yang semakin banyak dan tidak bersedia dipindahkan ketempat yang kosong.	b. Melakukan Pembenahan pada pasar sehingga dapat bersaing dengan super market ataupun mini market		b. Kepada pemungut/ iner dilapangan agar selalu melaporkan tentang adanya pedagang yang baru masuk pasar untuk memudahkan dalam hal pendataan sehingga mudah untuk dipindahkan ketempat yang kosong
d. Situasi ekonomi politik yang tidak stabil apalagi menjelang Pemilu 2014 dan menuju pasar bebas Asean 2015.			

Dari SWOT diatas dapat dilihat beberapa strategi alternatif strategi yang dapat digunakan dalam peningkatkan penerimaan Retribusi Pasar dan Retribusi Kebersihan di Pasa Tradisional Ibh Kota Payakumbuh oleh Instansi Terkait yaitu Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian Dan Perdagangan khususnya Bidang Pengelolaan Pasar Kota Payakumbuh.

Setelah dilakukan beberapa tahap yaitu identifikasi faktor internal kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal peluang dan ancaman, IFE dan EFE matrik serta pembuatan Matrik SWOT akan membantu dalam menentukan strategi yang tepat untuk masa yang akan datang. Untuk memperkuat pilihan strategi maka perlu dilakukan analisa strategi dengan metode bobot skor sebagaimana yang terlihat pada Tabel 8:

**Tabel 8**  
**Tabel Bobot Skor**

<b>Internal</b>	<b>Strengths (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>
<b>Eksternal</b>	<b>S</b>	<b>W</b>
<b>Opportunities (Peluang)</b>	<b>S-O</b>	<b>W-O</b>
O	Total Skor $1,80 + 1,65 = 3,45$	Total Skor $1,50 + 1,65 = 3,15$
<b>Threat (Ancaman)</b>	<b>S-T</b>	<b>W-T</b>
T	Total Skor $1,80 + 1,55 = 3,35$	Total Skor $1,50 + 1,55 = 3,05$

Dari total skor yang digambarkan tabel 1.8, maka strategi utama yang dipilih untuk meningkatkan Penerimaan Retribusi pasar dan Retribusi kebersihan di pasar Tradisional ibuh Kota Payakumbuh adalah strategi S-O yang memiliki bobot skor tertinggi yaitu 3,45. Pada strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Strategi yang dilakukan adalah dengan mengadakan kerjasama dengan berbagai pihak mulai dari institusi lain, lembaga perbankan, masyarakat, pedagang dan pihak lainnya dalam mempertahankan keberadaan pasar tradisional agar tidak tergusurnya oleh pasar modern, karena pasar tradisional Ibh Kota Payakumbuh terletak di lokasi yang strategis yaitu di jalan utama yang merupakan jalur lintas antara Provinsi Sumbar dengan Provinsi Riau.

Dengan adanya kerjasama tersebut nantinya dapat mendongkrak Pendapatan Asli Daerah sehingga pembangunan pasar tradisional tidak kalah dengan pasar modern. Hal ini

merupakan tantangan dari Bidang pengelolaan Pasar agar perekonomian kerakyatan dapat berjalan dengan baik sehingga tercipta kesejahteraan bagi pedagang pasar tradisional.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Strategi yang dapat dilaksanakan yaitu S\_O yaitu memaksimalkan kekuatan dimana Lokasi pasar yang Strategis yang merupakan daerah perlintasan antara Propinsi Sumatera Barat dan Propinsi Riau maka Pemerintah Payakumbuh selalu menjaga kebersihan, kenyamanan dan keamanan pengunjung. Memanfaatkan kerjasama dengan pihak-pihak lainnya sehingga pasar yang dulunya kurang rapi dan tidak tertata dengan baik kini mulai berubah sehingga banyak pihak luar yang ingin melakukan kerjasama dan berinvestasi di pasar tradisional Ibu Kota Payakumbuh. Menciptakan kerjasama yang saling menguntungkan antara pedagang Pasar tradisional dengan Pemerintah Kota Payakumbuh (Instansi terkait) dalam menyediakan sarana dan prasarana dikawasan pasar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afifuddin dan Sabaeni, Beni Ahmad. 2009. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Pustaka Setia  
Jakarta: Gramedia Pustaka  
Mulyadi. 2001. *Balance Scorecard*. Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat  
Porter, Michael E, (1996), *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Erlangga, Jakarta.  
Rangkuti, Freddy. 2000. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*.  
Sugiyono. 2005. Memahami Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Penerbit Alfabeta

### **Peraturan Perundang-undangan:**

- Pemerintah Republik Indonesia, PP No. 66 Tahun 2001 Tentang Retribusi Daerah.  
Perda Kota Payakumbuh nomor. 19 Tahun 2011 Tentang Retribusi Jasa Umum