



---

## PENINGKATAN KAPASITAS PENGELOLAAN PASAR DESA TIRTOMULYO KECAMATAN PLANTUNGAN KABUPATEN KENDAL

Astohar<sup>1)</sup>  
Sari Rahmadhani <sup>2)</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin, Semarang, Indonesia

<sup>1)</sup>astohar@stietotalwin.ac.id

<sup>2)</sup>sari@stietotalwin.ac.id

### *Abstract*

*Tirtomulyo Village Market is one of markets in Plantungan District. This market is still able to survive in midst of modern market wars and online businesses (delivery orders) that are starting bloom. Geographically, Tirtomulyo Village market is more strategic than the other 2 village markets in Plantungan District. Tirtomulyo Village Market is on inter-provincial road from Batang Regency to Temanggung. The method of analysis in outreach uses SWOT analysis with delivery method lectures and discussions. Recommendations that can be given to increase market are physical and non-physical. Physically, it includes repairing construction stalls as well as aesthetics, improving support facilities such as as sanitation facilities, parking lots, function rooms and office spaces. On the non-physical aspect, by making a standardized bookkeeping system, ordering associations among traders and providing facilities that bring suppliers closer to traders related to merchandise.*

**Keywords:** *Village Market, SWOT analysis, improving, physical, non-physical*

### PENDAHULUAN

Pasar diantaranya pasar Tradisional terbentuk disebabkan adanya penjual dan pembeli, adanya barang atau jasa yang diperjualbelikan, dan terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli. Pada dasarnya pasar berdiri karena masyarakat ingin memperoleh berbagai barang kebutuhan hidup. Pasar lahir dari keinginan beberapa orang untuk memperoleh bahan kebutuhan. Pada mulanya transaksi di pasar dilakukan dengan tukar menukar barang yang dimiliki dengan barang yang dikehendaki, seperti antara petani dan nelayan dengan mempertukarkan hasil produksi mereka masing-masing. Dalam kaitan ini pasar berfungsi mendekatkan jarak antara konsumen dengan produsen dalam melaksanakan transaksi. Pasar berperan memperlancar penyaluran barang dan



jasa dari produsen kepada konsumen (Brata, 2013). Awalnya pertukaran dapat berlangsung di sembarang tempat, pada perkembangannya terjadilah kesepakatan untuk menentukan suatu lokasi untuk melakukan barter. Dalam perkembangan selanjutnya transaksi dilakukan dengan menggunakan mata uang, sehingga orang yang tidak mempunyai barangpun dapat memenuhi kebutuhannya dengan cara membeli dengan mata uang yang telah disepakati. Di sini pasar berfungsi sebagai pembentuk harga atas dasar kesepakatan antara penjual dan pembeli (Aliyah, 2017).

Pasar telah dieksploitasi oleh pemodal untuk meraup keuntungan semaksimal mungkin (ada uang ada barang). Pada pasca kemerdekaan, terlebih dewasa ini pasar tidak hanya sebagai tempat transaksi ekonomi, tempat sebagian besar masyarakat menggantungkan hidupnya, terutama pasar tradisional sering dijadikan sebagai objek politik bagi para pencari kekuasaan (Brata, 2013). Sejak lama pasar tradisional memegang peranan penting dalam memajukan dan menggerakkan pertumbuhan ekonomi rakyat. Fungsi penting pasar tradisional di samping sebagai muara dari produk-produk masyarakat di sekitarnya (lokal), juga merupakan lapangan kerja yang sangat bermanfaat bagi masyarakat. Hasil-hasil pertanian yang dihasilkan petani secara langsung dapat dibawa ke pasar.

Lebih lanjut pasar adalah tempat orang berjual-beli, pasar dijelaskan sebagai kumpulan para penjual dan pembeli yang saling berinter-aksi, saling tarik-menarik kemudian men-ciptakan harga barang di pasar. Pasar pa-da umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Pasar tradisional merupakan pasar yang memiliki aktivitas jual beli yang sederhana, terjadi tawar menawar dengan alat pembayaran berupa uang tunai (Prianto, 2008).

Makin maraknya perkembangan pasar modern seperti minimarket (Alfa Mart, Indomaret dan afiliasinya), supermarket dan hipermarket akhir – akhir ini telah menggeser peran pasar tradisional. Mayoritas masyarakat saat ini telah memenuhi kebutuhan rumah tangganya dari pasar modern, terutama masyarakat perkotaan. Meski harganya sedikit mahal, namun kualitas barang lebih baik. Bahkan untuk beberapa jenis barang, harganya lebih murah daripada pasar tradisional. Saat ini pasar modern seperti swalayan sudah sangat mudah dijangkau oleh masyarakat kelas bawah. Akhir-akhir ini minimarket juga telah merambah ke kompleks – kompleks perumahan dan perkampungan.

Riset dari AC Nielsen (2003 dalam Sulisyo dan Cahyono, 2010), yaitu adanya peningkatan jumlah konsumen yang membelanjakan uangnya di pasar modern. Pangsa pasar modern saat ini mencapai 26,3 persen, disisi lain jumlah toko tradisional mengalami penurunan sebanyak 8,1 persen per tahun. Lebih lanjut menurut Indiastuti (2006) konsumen masih meyakini dapat memilih tingkat harga yang dibeli untuk komoditas yang dipilih dengan alternatif memilih apakah berbelanja di pasar tradisional atau pasar modern. Hal ini mengindikasikan bahwa masih adanya peluang keberlanjutan pasar tradisional asalkan pedagang mampu menyikapi perubahan perilaku konsumen perkotaan.

Praktek persaingan antar kedua jenis pasar diharapkan akan berdampak terhadap peningkatan efisiensi pada distribusi dan konsumsi. Implikasinya bahwa



pedagang di masing-masing pasar masih bisa mengambil keuntungan sehingga tetap eksis asalkan mengaplikasikan strategi berbasis cara penetapan harga, diferensiasi komoditas, mutu, pengemasan, dan sistem pelayanan (Sulisyo dan Cahyono, 2010). Berdasarkan persoalan tersebut diatas, pemerintah pusat telah mengeluarkan peraturan presiden nomor 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern sebagai respon terhadap makin berkembangnya usaha perdagangan eceran dalam skala kecil menengah usaha eceran modern dalam skala besar.

Selain terdampak oleh pasar modern di daerah-daerah seperti Indomart dan Alfamart, munculnya bisnis online secara tidak langsung juga berdampak pada omset para pedagang di pasar tradisional. Kemudahan – kemudahan dalam bertransaksi secara on line membuat para pelanggan yang kebanyakan dari kalangan muda lebih memilih pembelian secara online. Meskipun pedagang on line juga dilakukan oleh para pedagang di pasar atau lebih dikenal dengan pesan antar.

Hasil penelitian dari Sulistyono dan Cahyono (2010) adalah permasalahan yang dihadapi saat ini adalah bagaimana mengembangkan pasar tradisional menjadi pasar yang sehat, bersih, dikelola secara profesional seperti pasar modern. Selama ini pengelolaan pasar di kota – kota besar masih lemah, khususnya profesionalitas manajemen serta terbatasnya dana dari Pemerintah untuk menunjang pemeliharaan pasar tradisional. Pasar Desa Tirtomulyo merupakan salah satu pasar di Kecamatan Plantungan yang masih mampu bertahan di tengah gempuran pasar modern dan bisnis online (pesan antar) yang mulai marak. Selain Pasar Desa Tirtomulyo juga ada pasar Jambangan dan Wonodadi, namun kondisinya masih dibawah Pasar Desa Tirtomulyo. Secara geografis pasar Desa Tirtomulyo lebih strategis dibandingkan dengan 2 pasar desa lain di Kecamatan Plantungan, karena di jalur jalan Propinsi dari Kabupaten Batang menuju Temanggung (jalur alternatif menuju Yogyakarta).

Pengelolaan pasar Desa Tirtomulyo selama terkesan berjalan apa adanya (pengelolaan belum secara profesional). Dari sudut manajerial pengelola pasar belum ada upaya yang maksimal untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Potensi pasar Desa Tirtomulyo dapat ditingkatkan. Potensi, kekuatan, kelemahan dan ancaman perlu dicari dari pasar desa ini agar dapat dikembangkan atau ditngkatkan kapasitasnya. Pasar tradisional perlu diberdayakan agar dapat tumbuh dan berkembang serasi, saling memerlukan serta saling menguntungkan. Pasar tradisional merupakan pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah, termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los. Pasar Desa Tirtomulyo ini yang status kepemilikannya dibawah Badan Usaha milik Desa (BUMdes) Tirto Manunggal yang dibawah otoritas Pemerintah Desa Tirtomulyo Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal.

Pasar Desa Tirtomulyo merupakan salah satu unit yang dikelola oleh oleh BUMDesa Tirto Manunggal Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal. Pasar yang terletak di pinggir jalan Propinsi (Batang – Temanggung) semestinya berkembang dan mampu memberikan kontribusi baik kepada BUMDes untuk



memperkokoh posisi keuangan dan bagi masyarakat sekitar (pedagang dan pembeli). Berdasarkan identifikasi maka perlu menggali potensi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada pasar Desa Tirtomulyo Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal untuk menjadi lebih bermanfaat.

## **METODE**

Metode pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan penyuluhan kepada para pengelola pasar Desa Tirto Mulyo yang masuk dalam unit BUMdes Tirto Manunggal. Selain dari pengelola peserta pelatihan juga dari beberapa tokoh masyarakat, Badan Perwakilan Desa, Perangkat Desa dan para pedagang di Pasar desa tersebut. Harapan yang ingin dicapai adanya peningkatan pemahaman serta kesadaran dari pengelola pasar yang menjadi unit BUMDes Tirto Manunggal. Para peserta selain mendengarkan penyuluhan juga diberikan angket yang terkait kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weaknesses*), kesempatan (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*) (SWOT) menurut persepsi dari peserta berkenaan dengan kondisi pasar desa tersebut.

Data yang digunakan dalam penyuluhan kepada peserta diolah menggunakan analisis SWOT. Dalam pengabdian ini berusaha memecahkan masalah dengan menggambarkan problematika yang terjadi dengan didasari pertimbangan bahwa penyaji (pengabdi) berusaha memahami, mengkaji secara mendalam serta memperkaya mengenai strategi pengelolaan pasar Desa Tirtomulyo Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal dalam meningkatkan kepuasan pedagang dan konsumen dengan menggunakan analisis SWOT (Siahaan, 2002).

Analisis penyusunan strategi dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis SWOT. Model analisis SWOT ini membandingkan antara faktor internal kekuatan dan kelemahan dengan eksternal peluang dan ancaman.<sup>58</sup> Analisis SWOT juga dapat dilakukan guna mengevaluasi faktor internal dan eksternal, sehingga dapat memberikan solusi yang diharapkan. Matrik SWOT akan mencerminkan posisi perusahaan yang dikenal sebagai positioning, kemudian posisi ini akan digunakan untuk melakukan indentifikasi strategi yang tepat (Bungin, 2003).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pasar Desa Tirtomulyo adalah pasar yang menjual berbagai macam kebutuhan rumah tangga. Seperti pasar tradisional seperti biasanya ada beberapa jenis pedagang yang menawarkan barang dagangannya dari kelontong, sayur mayur, buah, sembako dan aneka kue dan jajanan. Menurut para pedagang omsetnya tidak ada peningkatan yang signifikan, bahkan cenderung berfluktuatif. Berdasarkan tanggapan dari berbagai pihak terutama para konsumen, daya tarik dari pasar tersebut kurang menarik. Sehingga yang berbelanja juga para pedagang keliling (untuk dijual kembali) dan para ibu Rumah Tangga.



Berdasarkan geografis sebenarnya posisi pasar Tirtomulyo adalah sangat strategis, yaitu dipinggir jalan Propinsi yang menghubungkan Kabupaten Batang menunjuk Temanggung. Mestinya tingkat kunjungan orang – orang yang lewat untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga atau di perjalanan juga tinggi. Survey pendahuluan beberapa hari sebelum dilakukan penyuluhan untuk mengetahui situasi sebenarnya yang terjadi di Pasar Desa Tirtomulyo. Survey diisi oleh pengelola pasar (Ketua sampai dengan seksi), pihak Pengurus BUMDes Tirto Manunggal, BPD, Tokoh masyarakat, Perangkat Desa dan para pedagang. Pihak BPD, Tokoh masyarakat, perangkat Desa juga dapat dikatakan sebagai pelanggan atau konsumen dari pasar tersebut.

Disisi lain lokasi yang terlalu dekat dengan jalan yang tidak diimbangi dengan fasilitas parkir yang memadai juga membuat para konsumen kurang nyaman untuk berbelanja. Faktor harga yang bersaing dan kualitas produk yang bagus juga mempengaruhi para pembeli untuk bertransaksi di pasar tersebut. Fasilitas pendukung perlu juga dilengkapi agar bisa menarik para konsumen. Bagaimana para konsumen itu datang ke pasar tidak saja berbelanja tapi melakukan transaksi lainnya.

Indikator atau item yang digunakan dalam analisis SWOT ini terdiri dari kekuatan sebanyak 15 indikator, kelemahan sebanyak 25 indikator, peluang 14 sebanyak indikator dan ancaman sebanyak 9 indikator. Pembobotan dilakukan untuk dapat dilakukan perhitungan dengan maksimal per dimensi adalah bernilai 1 (satu). Setelah dilakukan pembobotan dilakukan perhitungan pada masing – masing aspek. Aspek internal terhadap aspek internal (kekuatan dikurangi kelemahan) dan aspek eksternal terhadap aspek eksternal (peluang dikurangi ancaman).

**Tabel 1. Tabel Perhitungan Aspek Kekuatan**

No	Kekuatan	bobot	Nilai	hasil
1	Pasar telah berdiri sejak jama dulu	0,09	4	0,36
2	Terletak di Ibu Kota Kecamatan	0,09	3	0,27
3	Jalur jalan propinsi	0,07	4	0,28
4	Jumlah penduduk padat	0,08	4	0,32
5	Penduduk di 7 dusun	0,08	4	0,3
6	Potensi berkembang cukup tinggi	0,06	4	0,24
7	Dilingkungan kantor pemerintahan kecamatan	0,04	3	0,12
8	Sekolah ada disini semua (TK, SD, SMP, SMK )	0,03	3	0,09
9	Memiliki lahan yang luas utk pengelolaan sampah	0,07	4	0,26
10	Terletak di pusat kota Kecamatan	0,06	4	0,24
11	Semangat untuk memajukan Pasar tsb	0,09	3	0,26



12	Letak yang strategis	0,06	4	0,24
13	Sudah lama berdiri	0,05	4	0,18
14	Pengunjung relatif stabil	0,07	3	0,21
15	Potensi bisnis lain (pengelolaan sampah)	0,08	4	0,32
	<b>Jumlah</b>	1,00	55,00	3,69

**Tabel 2. Tabel Perhitungan Aspek Kelemahan**

	Kelemahan	bobot	Nilai	hasil
1	Belum di terbitkannya Perdes tentang pasar	0,05	4	0,2
2	Sewa kios & retribusi cukup membebani	0,04	5	0,2
3	SDM yang masih standar	0,03	4	0,12
4	Pengelolaan belum maksimal	0,03	4	0,12
5	Rasa memiliki dan mengembangkan masih kurang	0,04	4	0,16
6	Dedikasi, partisipasi, kepedulian minim	0,06	4	0,24
7	Cenderung untuk kepemilikan pribadi	0,04	3	0,12
8	Nilai Kebersamaan rendah	0,03	5	0,15
9	Tenaga atau pengelola relatif kecil pendapatannya	0,04	4	0,16
10	Peran pemdes yang masih minim atau kurang.	0,03	4	0,12
11	Kesadaran para pedagang di dalam pasar yang kurang	0,04	5	0,2
12	Lokasi pasar terbatas (kurang luas)	0,03	4	0,12
13	Tidak ada tempat pembuangan sampah yang pasti	0,05	4	0,18
14	Berdesakan (lorong sempit)	0,04	4	0,16
15	Pedagang dan barang dagangan kurang lengkap	0,05	4	0,2
16	Pasar tidak aktif tiap hari (hari pasaran saja)	0,03	3	0,09
17	Sampah belum dikelola dengan baik	0,03	5	0,15
18	Belum bisa meramaikan semua hari	0,06	4	0,24
19	Kurang modal utk membuka lini bisnis baru	0,04	4	0,16
20	Termpat parkir belum dikelola secara maksimal	0,03	5	0,15
21	Barang dagangan kurang komplit	0,04	4	0,16
22	Belum tersedianya armada pengangkut sampah	0,06	4	0,24
23	pengelola mudah putus asa	0,04	3	0,12
24	Masih mengharap yang sifatnya instant	0,04	4	0,16
25	Sampah yg menumpuk (kurang pengelolaan)	0,03	3	0,09
	<b>Jumlah</b>	1	101	4,01



**Tabel 3. Tabel Perhitungan Aspek Peluang**

	<b>Peluang</b>	bobot	Nilai	hasil
1	Merubah pola pikir masyarakat menjadi maju	0,07	4	0,28
2	Belum memiliki perangkat/pengelolaan	0,07	4	0,28
3	Masih bisa menarik Pengunjung pasar	0,08	3	0,24
4	Kalau dibuat bersih akan banyak yg berkunjung	0,08	4	0,3
5	Mustinya dibuat ciri khas pasar khusus	0,08	4	0,3
6	Bangunan ditata atau lokasi di perluas	0,07	5	0,35
7	Potensi untuk PAD kedepan	0,07	4	0,28
8	Pasar di tata lagi (dibangun yg bagus)	0,08	5	0,4
9	Toilet di perbaiki bisa menjadi rest area	0,08	4	0,32
10	Lahan parkir berpeluang dimaksimalkan	0,08	4	0,32
11	Menambah pasar Jajanan atau Kuliner	0,08	3	0,24
12	Dibuat jalan lingkar atau bunderan	0,05	4	0,2
13	Loyalitas pedagang cukup teruji	0,04	3	0,12
14	SDM Ketua dan pengurus ditingkatkan	0,08	3	0,24
	<b>Jumlah</b>	1	54	3,87

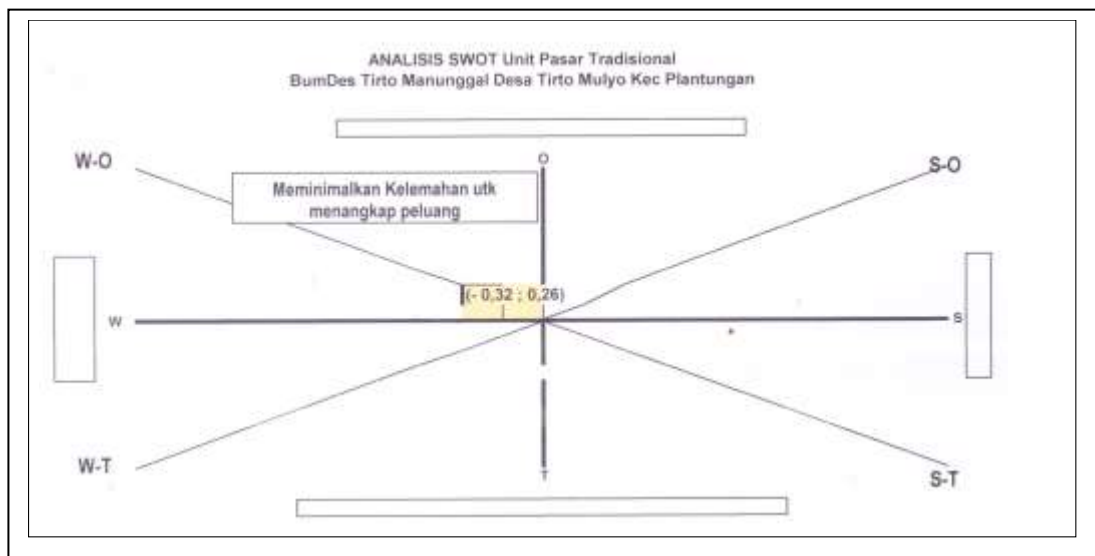
**Tabel 3. Tabel Perhitungan Aspek Peluang**

	<b>Ancaman</b>	bobot	Nilai	hasil
1	Telah dibukannya pasar modern (mart)	0,12	4	0,48
2	Bersaing dengan Bumdes dari desa lain	0,1	4	0,4
3	Ego sektoral pribadi	0,09	2	0,18
4	Berdiri Supermarket (Alfamart dan Indomart)	0,1	3	0,3
5	Banyak Toko Online	0,1	4	0,4
6	Potensi kepindahan pedagang ke pasar lain	0,09	4	0,36
7	Kurang respon baik dari masyarakat	0,11	5	0,55
8	Kios milik perangkat tidak aktif (kosong)	0,09	4	0,34
9	Pasar Tiban di lahan parkir atau timur pasar	0,2	3	0,6
	<b>Jumlah</b>	1,00	33,00	3,61

Tujuan dari penyuluhan ini adalah untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman (SWOT) di pasar Desa Tirtomulyo Plantungan. 15 indikator kekuatan dari hasil identifikasi dengan hasil rata – rata sebesar 3,69. Sebanyak 25 indikator dari kelemahan diperoleh rata – rata sebesar 4,01. Hasil dari pengurangan faktor internal, yaitu kekuatan sebesar 3,69 dikurangi kelemahan 4,01 mendapatkan hasil - 0,32.

Pada faktor eksternal terdiri dari 14 indikator peluang dengan rata – rata sebesar 3,87. Aspek ancaman terdiri dari 9 indikator dengan rata – rata sebesar 3,61. Rata – rata faktor eksternal yang diperoleh dari pengurangan asepek peluang dan aspek ancaman adalah sebesar 0,26 (3,87 – 3,61). Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada asepek eksternal pada posisi yang positif atau kundran II atau pada posisi weaknesses – oppourtunity yaitu pada strategi untuk meminimalkan kelemahan untuk menangkap peluang.

Berikut ini hasil analisis SWOT pada pasar desa Tirtomulyo



Gambar 1. Analisis SWOT Pasar Desa Tirtomulyo

Berdasarkan Gambar 1 diatas dapat ditunjukkan bahwa strategi yang harus dilakukan pihak pengelola pasar Desa Tirtomulyo adalah meminimalkan kelemahan untuk menangkap peluang. Solusi yang digunakan untuk Keberlanjutan Unit Pasar Tradisional pada Pasar Tradisional Desa Tirto Mulyo Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal adalah STRATEGI WO (*Weaknesses* dan *Oppurtunity*), yaitu “ meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang”. Secara operasional yaitu kelemahan – kelemahan yang ada dalam pengelolaan pasar diminimalkan untuk menangkap peluang yang ada.

Strategi untuk peningkatan kapasitas Pasar Desa Tirtomulyo adalah dengan meminimalkan kelemahan – kelemahan yang ada. Pengelola pasar dalam menjalankan organisasinya perlu payung hukum atau regulasi yang jelas. Peraturan Desa (Perdes) berkenaan dengan BumDes Tirto Manunggal dan Unit Pengelola Pasar perlu segera disusun. Penyusunan Perdes dengan melibatkan BPD, Tokoh Masyarakat dan LPMD yang difasilitasi oleh pihak – pihak Tenaga Pendamping Inovasi Desa (TPID) dan Pendamping Lokal Desa (PLD). Melalui payung hukum yang ada



diharapkan pengelola pasar sudah mempunyai wewenang dan sekaligus melekat tanggung jawab.



Gambar 3 : Penyuluhan dan Survey Kondisi Pasar

Struktur organisasi pengelola pasar Desa Tirtomulyo perlu adanya penyempurnaan. Struktur organisasi di Pasar sebagai unit usaha dari BUMDes Tirto Manunggal diharapkan secara wewenang mandiri dan bertanggung jawab kepada BUMDes. Pertanggung jawaban kepada pihak di atasnya (Pemerintah Desa Tirtomulyo) diwakilkan oleh pihak BUMDes. Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga juga perlu disusun untuk langkah – langkah dalam menjalankan usahanya.

Infrastruktur pendukung pasar desa seperti kios – kios pasar perlu direnovasi (ada beberapa kios yang sudah rusak). Konstruksi bangunan yang tergolong usang sebainya juga diganti dengan konstruksi yang baru. Selain merusak pemandangan juga dapat membahayakan konsumen dan pedagang. Fasilitas – fasilitas pendukung juga perlu ditambah seperti Toilet, Halte, Parkir dan ruang – ruang untuk pameran atau ruang serba guna. Kantor pengelola yang kecil dan sempit sebaiknya juga diperlebar lagi untuk menyimpan dokumen dan koordinasi dengan pengelola pasar lainnya.

Pengelola Unit Pasar perlu meningkatkan akuntabilitas melalui adanya pelaporan yang sederhana tapi terstandar. Pelaporan meliputi pencatatan dokumen transaksi yang akhirnya disusun pada bentuk Neraca dan Rugi Laba. Melalui penyusunan pelaporan tersebut diharapkan pengelolaan pasar Desa tersebut lebih transparan dan dapat mengetahui potensi serta prospek pasar kedepannya. Para pedagang sebagai pihak yang penting dalam pasar tradisional perlu dibangun semangat kebersamaan. Untuk membangun kebersamaan paguyuban para pedagang pasar perlu dibentuk agar muncul rasa kekeluargaan di kalangan para pedagang tersebut. Melalui paguyuban pedagang pasar juga untuk kemudahan dalam komunikasi atau diseminasi apabila ada peraturan atau



edaran dari pihak pemerintah. Paguyuban juga berfungsi untuk pengendalian apabila ada sesuatu hal yang tidak sinkron antara pedagang dengan pengelola pasar.

Berupaya menjalin kerja sama dengan para supplier yang menjadi rekan bisnis dari para pedagang. Hal ini dilakukan agar perdagangan mendapatkan fasilitas – fasilitas khusus yang terkait harga dan barang dagangan. Sinergitas antara supplier dengan para pedagang senantiasa perlu ditingkatkan agar saling menguntungkan. Maksud dan tujuan agar barang dagangan yang diperjual belikan beragam serta harganya juga bersaing. Dampak yang diharapkan adalah mampu menjadikan pasar yang lengkap dan murah di Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal.

Pengelola pasar Desa Tirtomulyo diharapkan mempunyai target dalam bulanan dan tahunan. Penentuan target ini juga untuk memastikan kinerja dari para pengelola pasar tersebut dapat terpenuhi. Selain kontribusi meningkat, dampak lain juga kesejahteraan para pengelola juga dapat ditingkatkan. Pengelola diupayakan mampu mencari pendapatan lain selain retribusi dari para pedagang, Toilet, parkir dan lain – lain. Space yang ada bisa digunakan untuk papan iklan atau promosi bagi produsen produk – produk.

**Tabel 5. Ringkasan Capaian Penyuluhan Peningkatan Kapasitas Pasar Desa Tirtomulyo**

No	Ruang Lingkup	Target Capaian
1.	Penguatan Lembaga Unit Pasar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Penyusunan Peraturan Desa (Perdes) berkenaan dengan BumDes Tirto Manunggal dan Unit Pengelola Pasar dengan melibatkan BPD, Tokoh Masyarakat dan LPMD yang difasilitasi oleh pihak – pihak TPID dan PLD</li><li>- Penyempurnaan Struktur organisasi di BumDes Tirto Manunggal dan Unit Pasar Tradisional</li><li>- Penyusunan Tugas dan Wewenang pada masing – masing personel di organisasi</li></ul>
2.	Perbaikan Sarana dan Prasarana Pasar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Merenovasi kios – kios yang secara konstruksi sudah tidak kokoh dan secara bentuk dianggap kurang modern</li><li>- Penambahan fasilitas- fasilitas (Toilet, parkir dan ruang umum terbukanya)</li><li>- Diperlukan adanya kantor pengelola pasar yang representatif</li></ul>



3.	Pembukuan Pasar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Pembukuan terkait kegiatan dan keuangan (kas, Neraca dan Rugi Laba)</li><li>- Pencatatan dokumen-dokumen penting</li></ul>
4.	Organisasi Pedagang Pasar	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perlu adanya paguyuban pedagang pasar</li><li>- Melakukan pembinaan terkait peraturan-peraturan untuk perbaikan operasional pasar tradisional pasar Tirto Mulyo</li><li>- Menjadi fasilitator antara pihak pedagang pasar dengan pihak supplier atau sales-sales produk perusahaan</li></ul>
5	Pelaksanaan Program Kerja	<ul style="list-style-type: none"><li>- Menyusun target – target bulanan, atau tahunan</li><li>- Memastikan semua target dapat dilaksanakan sesuai perencanaan</li></ul>

### KESIMPULAN

Peserta penyuluhan dan bimbingan teknologi ini adalah pengelola pasar, pengurus BUMDes Tirto Manunggal, Badan Perwakilan Desa (BPD), Perangkat Desa, Tokoh Masyarakat, perwakilan pedagang. Metode alat analisis dalam penentuan topik yang akan didiskusikan menggunakan analisis SWOT. Indikator – indikator dari aspek SWOT diperoleh dari hasil survey pendahuluan kepada para peserta yang terdiri dari berbagai unsur. Model penyuluhan dengan metode ceramah dan diskusi ringan serta studi kasus.

Rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak penerima manfaat dari pengabdian ini adalah dalam dua aspek besar, yaitu dari aspek fisik dan non fisik. Pada aspek fisik adalah merenovasi kios – kios menjadi lebih modern dan konstruksi yang lebih kokoh. Fasilitas – fasilitas seperti toilet, parkir dan ruang umum terbukanya perlu diperbaiki dan dijaga pada posisi yang bersih dan berfungsi. Ruang kantor perlu direnovasi dalam luas luas dan peralatan pendukung.

Pada aspek non fisik yaitu mengoptimalkan struktur organisasi yang ada dengan memperjelas tugas dan wewenang agar jalannya pengelolaan pasar lebih efektif dan efisien. Sistem pengelolaan keuangan perlu disusun secara sederhana namun memenuhi standar minimal, yaitu ada laporan kas, neraca dan rugi laba. Pengelola perlu memfasilitasi paguyuban pedagang pasar dengan minimal dibentuk ketua paguyuban dan sekretaris serta bendahara. Pengelola pasar perlu mengadakan lobi atau memfasilitas antara pihak supplier atau sales – sales produk dengan para pedagang.

### ACKNOWLEDGMENTS

Artikel pengabdian ini dipersembahkan buat Pengelola Pasar Desa Tirtomulyo Kecamatan Plantungan Kabupaten Kendal, BUMDes Tirto Manunggal, Pemerintah Desa Tirtomulyo serta untuk STIE Totalwin Semarang.



---

**DAFTAR REFERENSI**

- Aliyah., Istijabatul. 2017., Pemahaman Konseptual Pasar Tradisional di Perkotaan., *Cakra Wisata*., Vol 18 ; 2 : 1- 16
- Brata, B. I. 2003. Pasar Tradisional di Tengah Arus Budaya Global. *Journal Mahasrawaswati*., Vol 11 no 2, 1-12.
- Prianto, A. 2008. *Ekonomi Mikro*, Malang : Setara Press
- Sulistyo, H dan Cahyono, B. 2010. Model Pengembangan Pasar Tradisional Menuju Pasar Sehat di Kota Semarang., *EKOBIS* Vol.11, No.2. 516 – 526
- Bungin, MB. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Raja Grasindo.
- Siahaan, H, M. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Prespektif Mikro*. Surabaya : Insan Cendekia.,2-3.