

ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL - EKSTERNAL PADA PASAR RAKYAT KERTHA, DESA KESIMAN KERTALANGU

Ida Ayu Made Dwi Susanti¹⁾ I Made Budiasa²⁾ Cokorda Javandira³⁾

^{1,2)}Program Studi Agribisnis ³⁾Program Studi Agroteknologi
Fakultas Pertanian dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar
Corresponding Author: dwisusanti1989@gmail.com

ABSTRACT

Globalization shows us that many of the changes that occur in a variety of ways, including a market. This role is an important consequence of the changing patterns of consumption and culture in everyday at the world community, including Indonesia. The results showed that the main strengths factor in the internal accessibility and the main weaknesses are the quality of human resources (merchants). External factors that are major are opportunities tourist arrivals and the main factors that threaten the stability of product prices in the modern market

Keywords : *Kertha Public Market, Internal - External Factors*

1. PENDAHULUAN

Pengembangan usaha berbasis pertanian atau agribisnis dapat dijadikan sebagai dasar dalam mengembangkan pembangunan ekonomi Indonesia (Antara, 2009). Oleh karena itu, pemerintah diharapkan terus berupaya mengembangkan sektor agribisnis. Pengembangan sektor agribisnis ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan para pelaku agribisnis. Salah satu upaya yang dapat ditempuh adalah dengan penerapan konsep pengembangan sistem agribisnis (Hastuti, 2008). Sistem agribisnis terdiri atas subsistem produksi, subsistem pengolahan (agroindustri), subsistem pemasaran dan lembaga penunjang.

Subsistem lembaga penunjang menyediakan jasa bagi subsistem agroindustri hulu, subsistem, agribisnis hilir, dan subsistem pemasaran agar sistem agribisnis dapat berjalan dengan lancar. Subsistem lembaga penunjang terdiri atas wujud infrastruktur dan wujud organisasi. Subsistem lembaga penunjang berwujud organisasi antara lain Pasar Rakyat dan pasar modern.

Pasar Rakyat Kertha merupakan salah satu Pasar Rakyat yang terdapat di Kota Denpasar yaitu di Kecamatan Denpasar Timur. Pasar Rakyat Kertha merupakan salah satu

bentuk Pasar Rakyat yang berada di daerah desa perkotaan. Permasalahan yang dihadapi oleh Pasar Rakyat Kertha yaitu kotor, kurang tertata, kualitas makanan yang dijual dan kekhawatiran tidak ada perkembangan dalam transaksi baik bernilai kecil maupun besar. Permasalahan ini, dapat memicu kejenuhan baik dari pihak pedagang maupun konsumen. Perkembangan Pasar Rakyat Kertha diharapkan menjadi Pasar Rakyat yang berwawasan wisata.

2. METODELOGI

Ruang Lingkup Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini, dilaksanakan di Pasar Rakyat Kertha dengan melakukan wawancara mendalam terhadap pegawai pasar, pedagang, dan konsumen sebagai responden internal dan eksternal dengan menggunakan kuesioner. Penentuan indikator kuesioner diperoleh melalui FGD (*Focus Group Discussion*) dengan para pegawai pasar yang bertugas dilapangan.

Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Analisis terhadap faktor-faktor eksternal yang memberikan peluang dan ancaman dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan menganalisis

faktor-faktor lingkungan internal perusahaan akan menyebabkan manajemen dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan (Pearce dan Robinson, 2007).

Analisis lingkungan eksternal (Pearce dan Robinson, 2009) terdiri dari variabel-variabel (peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi. Termasuk di dalam lingkungan eksternal yaitu pemerintah atau politik, pelanggan, dan pesaing. Pemerintah atau politik dan pesaing sangat mempengaruhi pilihan arah dan tindakan suatu perusahaan karena langsung berhadapan dengan harga produk, pemasok dan pelanggan. Pesaing atau pendatang baru dalam suatu industri akan membawa kapasitas baru, keinginan untuk merebut pangsa pasar. Faktor penentu masuknya pendatang baru yaitu skala ekonomi, perbedaan produk dan biaya tukar produk.

Analisis lingkungan internal terdiri dari variabel-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada dalam organisasi. Variabel-variabel tersebut meliputi tentang keinginan stakeholders termasuk struktur organisasi perusahaan, manajemen perusahaan, posisi keuangan perusahaan dan keadaan karyawan perusahaan yang meliputi tingkat pendidikan, pengalaman dan ketrampilan. Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi keberadaannya.

Keunggulan atau kekuatan perusahaan yang tidak dimiliki oleh perusahaan pesaing harus

dikembangkan sedemikian rupa dan menjadikan keunggulan atau kekuatan tersebut sebagai karakteristik perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel pada penelitian ini yaitu sebagai berikut (Rangkuti, 2002) :

- a. Kekuatan yaitu menganalisis tentang kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan.
- b. Kelemahan yaitu menganalisis tentang kekurangan atau kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.
- c. Peluang yaitu menganalisis kesempatan yang dimiliki oleh perusahaan.
- d. Ancaman yaitu menganalisis ancaman yang dimiliki oleh perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi faktor internal, berupa kekuatan dan kelemahan di analisis dengan matrik IFAS. Setiap indikator pada faktor kekuatan dan kelemahan diberi nilai bobot dan rating yang kemudian dikalikan untuk mendapatkan skor.

Tabel 1
Matriks Evaluasi Faktor Internal Pasar Rakyat Kertha

	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1	Akses menuju Pasar Rakyat Kertha	0.060	4	0.240
2	Jarak Tempuh Pasar Rakyat Kertha	0.042	4	0.168
3	Masyarakat sekitar sebagai konsumen Pasar Rakyat Kertha	0.057	4	0.228
4	Harga produk pertanian kompetitif	0.059	4	0.236
5	Adanya budaya/sistem tawar-menawar	0.054	4	0.216
6	Jenis produk pertanian yang beraneka ragam	0.059	4	0.236
7	Antusias masyarakat terhadap Pasar Rakyat Kertha	0.053	3	0.159
8	Ikatan kekeluargaan antara penjual dan pembeli	0.057	4	0.228

9	Layanan pegawai pasar terhadap konsumen dan penjual	0.058	3	0.174
Kelemahan				
1	Fasilitas	0.078	3	0.234
2	Jaminan kualitas produk pertanian yang dijual	0.072	4	0.288
3	Kebersihan lingkungan Pasar Rakyat Kertha	0.091	3	0.273
4	Modal pedagang dalam berjualan	0.107	2	0.214
5	Kualitas sumber daya manusia	0.098	4	0.392
6	Keamanan Pasar Rakyat Kertha	0.055	3	0.165
TOTAL		1.000		3.451

Sumber : Diolah dari data primer

Menurut Rangkuti (2002) menetapkan bahwa total skor berdasarkan matrik evaluasi faktor internal minimal 2,5, jika total skor berada di bawah 2,5 berarti menandakan secara internal perusahaan adalah lemah, sedangkan nilai yang berada diatas 2,5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Total skor berdasarkan matrik IFAS pada Pasar Rakyat Kertha adalah

sebesar 3,451 yang bearti mempunyai kemampuan yang baik dalam mengantisipasi kelemahan internal. Masih dalam tabel yang sama, nilai rating terbanyak menunjukkan angka 4 pada variabel kekuatan dan kelemahan menunjukkan bahwa Pasar Rakyat Kertha termasuk kategori baik.

Tabel 2
Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Pasar Rakyat Kertha

Faktor Strategis Eksternal		Bobot	Rating	Skor
Peluang				
Dampak positif pasar terhadap pendapatan masyarakat				
1	sekitar pasar	0.044	4	0.176
2	Kebijakan pemda terhadap Pasar Rakyat	0.078	3	0.234
3	Kedatangan wisatawan	0.109	4	0.436
4	Kerjasama pemerintah dan masyarakat	0.065	4	0.260
5	Pertumbuhan ekonomi disekitar pasar	0.051	4	0.204
6	Semakin cepat pertumbuhan UMKM	0.075	3	0.225
7	Semakin banyak penawaran kredit bagi UMKM	0.077	3	0.231
Ancaman				
1	Pertumbuhan pasar modern yang semakin meningkat	0.131	4	0.524
2	Kestabilan harga produk pada pasar modern	0.238	4	0.952
3	Kualitas produk yang dijual di pasar modern	0.131	3	0.393
TOTAL		1.000		3.635

Sumber : Diolah dari data primer

Total skor faktor strategi eksternal sebesar 3.635. Menurut kriteria, total skor faktor strategi eksternal tergolong tinggi karena berada di atas rata-rata 2,50. Ini menunjukkan bahwa faktor

eksternal Pasar Rakyat Kertha mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman.

4. KESIMPULAN

Total skor pada faktor internal yang berpengaruh terhadap keberadaan Pasar Rakyat Kertha, Desa Kesiman Kertalangu, Kecamatan Denpasar Timur yaitu 3,451. Sedangkan, total skor pada faktor eksternal yang berpengaruh terhadap keberadaan Pasar Rakyat Kertha yaitu 3.635.

5. REFERENSI

Antara, M. 2009. *Pertanian Bangkit atau Bangkrut?*. Denpasar : Arti Foundation
Firmanzah dan R.E. Halim. 2012. Strategi Revitalisasi Pasar Rakyat. In : Basri, M.C., editor. *Rumah Ekonomi Rumah Budaya*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

Hastuti, E.Y. 2008. Pengaruh Penerapan Sistem agribisnis Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani Sayuran di Kabupaten Boyolali (*tesis*). Semarang : Universitas Diponegoro (Tidak Dipublikasikan)
Kholis, N, A. Ratnawati, dan S. Yuwalliatin. 2011. “*Pengembangan Pasar Rakyat Berbasis Perilaku Konsumen*”. *Dinamika Sosial Ekonomi* Volume 7 Nomor 1.
Pearce, J.A. dan R.B. Robinson. 2009. *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi dan Pengendalian (Buku 1)*. Salemba Empat. Jakarta.
Rangkuti, F. 2002. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.