

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan dan analisis mengenai Strategi Pengelolaan Pasar Raya Padang Oleh Dinas Perdagangan Kota Padang yang mengacu pada teori inti strategi Richard P. Rumelt dapat dikatakan sebagai strategi baik, karena telah memenuhi ketiga variabel dalam teori inti strategi yang terdiri dari diagnosis, kebijakan penuntun, dan tindakan koheren. Secara garis besar, strategi pengelolaan Pasar Raya Padang oleh Dinas Perdagangan Kota Padang dapat dikatakan cukup berhasil, yang terlihat dari adanya peningkatan ketertiban dan kenyamanan di lingkungan pasar. Meskipun demikian, strategi tersebut belum sepenuhnya efektif, karena masih terdapat beberapa kekurangan, sehingga pelaksanaannya belum berjalan secara maksimal. Dinas Perdagangan Kota Padang telah melaksanakan upaya pengelolaan pasar raya padang, sehingga dalam hal ini secara keseluruhan strategi yang dilakukan dapat menjadi upaya dalam meningkatkan pengelolaan pasar raya padang.

Diagnosis menunjukkan bahwa Dinas Perdagangan Kota Padang telah mengidentifikasi dan menganalisa situasi dan tantangan dalam pengelolaan pasar raya. Situasi yang dihadapi meliputi ketidaktertiban pedagang, rendahnya tingkat pemanfaatan dan optimalisasi fasilitas pasar, minimnya pengawasan, serta rendahnya kebersihan dan kenyamanan lingkungan pasar. Tantangan yang dihadapi berupa keterbatasan pemberian sanksi, birokrasi serta keterbatasan anggaran yang

dimiliki. Kemudian untuk mengatasi situasi dan tantangan yang didiagnosis, Dinas Perdagangan Kota Padang menggunakan RENSTRA sebagai kebijakan penuntun, Metode yang digunakan oleh Dinas Perdagangan Kota Padang dalam pengelolaan pasar raya yaitu peningkatan pengembangan dan perlindungan sarana dan prasarana perdagangan, yang dijabarkan ke dalam empat kebijakan. Implementasi dilakukan melalui tindakan koheren berupa optimalisasi pemanfaatan bangunan dan rehabilitasi pasar, peningkatan pembangunan sarana perdagangan melalui revitalisasi pasar, mewujudkan pasar tradisional yang sehat dan bersih melalui revitalisasi pasar serta pembentukan PERUMDA Pasar Raya. Namun, hanya tiga kebijakan yang terealisasi sehingga pengelolaan yang dilakukan belum optimal.

Temuan di dalam penelitian ini memberikan gambaran yang cukup komprehensif mengenai pelaksanaan strategi pengelolaan pasar raya padang 2019-2024 oleh dinas perdagangan Kota Padang, sehingga diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan perspektif baru dan diharapkan dapat menjadi referensi dalam merumuskan strategi pengelolaan pasar tradisional ke depannya. Namun di dalam penelitian ini terdapat beberapa kekurangan karena adanya keterbatasan peneliti. Penelitian ini berfokus kepada implementasi strategi pengelolaan pasar raya oleh dinas perdagangan kota padang. Oleh karena itu peneliti berharap, peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam efektivitas pengawasan dalam pelaksanaan kebijakan pengelolaan pasar

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan mengenai Strategi Pengelolaan Pasar Raya Padang Oleh Dinas Perdagangan Kota Padang, terdapat beberapa saran yang dapat peneliti berikan, diantaranya sebagai berikut:

1. Dinas Perdagangan Kota Padang perlu mengoptimalkan pemanfaatan fasilitas yang telah disediakan, dengan melakukan evaluasi ulang serta redistribusi kios/los kepada pedagang yang benar-benar aktif, sekaligus menindak penyalahgunaan kepemilikan kios yang tidak digunakan secara produktif
2. Dinas Perdagangan Kota Padang perlu meningkatkan pengawasan dan mempertegas penegakan peraturan dengan memperkuat aspek pengawasan di lapangan secara berkelanjutan serta memberlakukan penegakan aturan secara konsisten terhadap pedagang yang tidak mematuhi regulasi zona berjualan.
3. Dinas perdagangan kota padang sebaiknya melakukan pendekatan persuasif terhadap pedagang, kemudian penyuluhan dan edukasi berkelanjutan perlu diberikan kepada pedagang agar menumbuhkan kesadaran kolektif mengenai pentingnya keteraturan, kebersihan, dan ketertiban pasar untuk kepentingan bersama.
4. Dinas Perdagangan Kota Padang perlu melakukan evaluasi strategi secara berkala. Evaluasi harus melibatkan stakeholder seperti pedagang dan

pengunjung agar arah kebijakan yang ditetapkan lebih responsif terhadap dinamika yang terjadi di lapangan.

