



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 1823-1832

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Kualitatif Persepsi Pengunjung Terhadap Dampak Renovasi Pasar Baru Encik Puan Perak Tanjungpinang: Sebuah Pendekatan SWOT

Afriyadi^{1✉}, Melia Andriyani², Feradha Nur Larasati³, Rudi Herdiawan⁴, Septy Lia Lestari⁵, Ruth Megi⁶

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan,

Email: afri_yadi@yahoo.com^{1✉}

Abstrak

Pasar adalah tempat berkumpulnya pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi yang melibatkan produk dan jasa. Peresmian Pasar Encik Puan Perak di Jalan Gambir Tanjungpinang, yang dilakukan oleh Wakil Presiden Ma'ruf Amin, menandai langkah penting dalam pengembangan ekonomi daerah. Acara ini dihadiri oleh Gubernur Kepulauan Riau, Ansar Ahmad, serta pejabat lainnya, dan ditandai dengan penekanan tombol sirine serta penandatanganan prasasti. Renovasi Pasar Baru Encik Puan Perak merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan infrastruktur dan pelayanan publik di daerah tersebut. Dalam analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), pasar ini memiliki kekuatan dalam hal lokasi strategis dan dukungan pemerintah, namun juga menghadapi tantangan seperti persaingan dengan pasar lain dan kebutuhan untuk menarik pengunjung. Penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif, yang meliputi observasi dan wawancara. Metode kualitatif digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi yang alami. SWOT merupakan metode perencanaan strategis dan pengembangan usaha yang digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Dari analisis ini, penting bagi pengelola Pasar Baru Encik Puan Perak untuk merumuskan strategi yang dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sambil mengatasi ancaman yang dihadapi.

Kata Kunci: *Analisis Kualitatif, Pengunjung, Pasar Baru Encik Puan Perak*

Abstract

A market is a place where buyers and sellers gather to engage in transactions involving products and services. The inauguration of the Encik Puan Perak Market on Jalan Gambir Tanjungpinang, carried out by Vice President Ma'ruf Amin, marked an important step in the development of the regional economy. The event was attended by the Governor of the Riau Islands, Ansar Ahmad, and other officials, and was marked by pressing the siren button and signing the inscription. The renovation of the Encik Puan Perak New Market is part of an effort to improve infrastructure and public services in the area. In the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis, this market has strengths in terms of strategic location and government support, but also faces challenges such as competition with other markets and the need to attract visitors. This study applies qualitative methods, including observation and interviews. Qualitative methods are used to examine objects in natural conditions. SWOT is a strategic planning and business development method used to analyze strengths, weaknesses, opportunities, and threats in a project or business speculation. From this analysis, it is important for the management of Pasar Baru Encik Puan Perak to formulate a strategy that can take advantage of existing strengths and opportunities, while overcoming the threats faced.

Keywords: Qualitative Analysis, Visitors, Pasar Baru Encik Puan Perak

PENDAHULUAN

Pasar adalah tempat berkumpulnya pembeli dan penjual yang terlibat dalam transaksi yang melibatkan produk dan jasa. Pasar memiliki empat tujuan berikut: distribusi, pembentukan harga, promosi, memperkenalkan keunggulan harga, Budaya sosial di pasar bersifat resmi dan informal. Komunikasi pasar ini tidak terstruktur di pasar, yang merupakan pengaturan sosial. aktivitas kerumunan orang banyak yang terlibat dalam percakapan antara pembeli dan penjual pasar (Malano, 2013). Persepsi pengunjung terhadap pasar tradisional sering kali dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, nilai-nilai budaya, serta suasana yang ditawarkan oleh lingkungan tersebut. Bagi sebagian orang, pasar tradisional adalah simbol keaslian dan keberagaman, di mana mereka dapat menemukan beragam produk lokal yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga memiliki cerita di baliknya. Di sisi lain, ada juga pengunjung yang mungkin merasa kurang nyaman dengan keramaian dan kondisi kebersihan yang sering kali menjadi sorotan.

Peresmian Pasar Encik Puan Perak di Jalan Gambir Tanjungpinang, yang dilakukan oleh Wakil Presiden Ma'ruf Amin, menandai langkah penting dalam pengembangan ekonomi daerah. Acara ini dihadiri oleh Gubernur Kepulauan Riau, Ansar Ahmad, serta pejabat lainnya, dan ditandai dengan penekanan tombol sirine serta penandatanganan prasasti. Pasar ini diharapkan menjadi pusat penggerak ekonomi yang tidak hanya mendukung pelaku usaha lokal, tetapi juga menyediakan ruang sosial-budaya yang nyaman bagi

pengunjung. Dalam sambutannya, Ma'ruf Amin menekankan pentingnya pasar sebagai pusat ekonomi masyarakat yang harus ditunjang dengan kenyamanan dan kebersihan (Syafara, 2024).

Pemerintah berkomitmen untuk mendukung revitalisasi pasar di berbagai daerah, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk lokal dan menyerap tenaga kerja. Selain itu, pembangunan infrastruktur jalan juga menjadi fokus pemerintah untuk meningkatkan produktivitas ekonomi dan konektivitas antarwilayah, dengan alokasi dana yang signifikan untuk perbaikan jalan di kawasan produksi dan industri. Keberadaan Pasar Encik Puan Perak sangat strategis, mengingat potensi besar Tanjungpinang di sektor industri hasil laut dan pariwisata bahari, sehingga diharapkan dapat memperkuat perekonomian masyarakat dan menjadi sumber utama pendapatan daerah.

Renovasi Pasar Baru Encik Puan Perak merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan infrastruktur dan pelayanan publik di daerah tersebut. Dengan anggaran sebesar Rp 79,6 miliar yang bersumber dari Dana APBN, proyek ini tidak hanya bertujuan untuk memperbaiki fasilitas pasar, tetapi juga untuk meningkatkan daya tarik ekonomi lokal. Dalam analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) (Sarsby, 2016), pasar ini memiliki kekuatan dalam hal lokasi strategis dan dukungan pemerintah, namun juga menghadapi tantangan seperti persaingan dengan pasar lain dan kebutuhan untuk menarik pengunjung. Peluang yang ada termasuk potensi peningkatan pendapatan bagi pedagang dan kontribusi terhadap perekonomian lokal, sementara ancaman dapat berasal dari perubahan perilaku konsumen dan kondisi ekonomi yang tidak menentu. Dengan pendekatan yang tepat, renovasi ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang bermanfaat bagi masyarakat Tanjungpinang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengaplikasikan metode kualitatif, yang meliputi observasi dan wawancara. Metode kualitatif digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi yang alami. Dalam penelitian ini, hasil disajikan secara deskriptif kualitatif, dengan data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka. Sumber data tersebut meliputi transkrip wawancara, catatan lapangan, foto, dan rekaman video. Menurut Moleong (2015:11), penelitian kualitatif deskriptif sangat efektif dalam menggali tanggapan dan pandangan informan melalui interaksi langsung. Penelitian ini menelusuri informan melalui wawancara kepada para pedagang atau pengunjung Pasar Baru Encik Puan Perak Tanjungpinang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mengumpulkan data melalui hasil wawancara seputar Analisis kualitatif persepsi pengunjung terhadap dampak renovasi pasar baru encik puan perak tanjungpinang dengan sebuah pendekatan SWOT.

1. Kekuatan (Strengths)

Renovasi pasar dapat memberikan berbagai aspek positif, baik bagi pengunjung maupun pedagang. Pasar yang direnovasi sering kali dilengkapi dengan teknologi modern, seperti sistem pembayaran digital dan informasi produk yang lebih jelas. Ini memudahkan pengunjung dalam bertransaksi dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Dengan desain yang lebih modern dan estetik, pasar yang direnovasi dapat menciptakan suasana yang lebih menarik. Ini tidak hanya meningkatkan pengalaman berbelanja tetapi juga menarik lebih banyak pengunjung, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan bagi para pedagang.

Ini adalah atribut internal dari organisasi atau proyek yang memberikan keuntungan atau keunggulan dibandingkan dengan pesaing (Fatimah, 2016). Contohnya bisa berupa sumber daya yang kuat, reputasi yang baik, atau teknologi yang unggul. Berikut adalah hasil wawancara peneliti bersama salah satu pengunjung :

"Dulu awalnya itu sebelum dibentuknya pasar ini, saya agak kesusahan masuk wilayah daerah pasar. Soalnya terlalu sempit, tempatnya juga jalan-jalannya licin, masih terbuat dari kayu nggak seperti sekarang. Terbuatnya dari batu keramik. Setelah renovasi, saya mendapatkan merasakan fasilitas yang begitu bagus, yang tidak kayak dulu. Sekarang orang-orang yang berjualan itu lebih sepi, dibandingkan yang dulu. Soalnya ini kan masih beberapa persen, mereka masih menghabiskan sewa-sewanya di batu 9, menghabiskan sewanya di kaki 5 dulu, batu mereka pindah ke sini" (Wawancara bersama salah satu pengunjung, Ibu Desi, IRT, 25 Tahun)

Informan tersebut menceritakan pengalamannya sebelum dan setelah pembangunan pasar baru. Pada awalnya, ia mengalami kesulitan untuk mengakses area pasar karena kondisi yang sempit dan jalan yang licin, yang masih terbuat dari kayu. Namun, setelah renovasi dilakukan, ia merasakan peningkatan signifikan dalam fasilitas yang disediakan, yang kini menggunakan batu keramik, sehingga lebih baik dibandingkan sebelumnya. Meskipun ada perbaikan dalam infrastruktur, informan juga mencatat bahwa jumlah pedagang yang berjualan di pasar baru ini relatif lebih sedikit dibandingkan dengan situasi

sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sebagian pedagang masih terikat kontrak sewa di lokasi lama (seperti Batu 9) dan belum sepenuhnya pindah ke pasar yang baru. Dengan kata lain, meskipun fasilitas telah ditingkatkan, transisi pedagang ke lokasi baru masih dalam proses dan belum sepenuhnya berhasil, yang berpengaruh pada keramaian pasar.

Hal yang berbeda juga diungkapkan dari informan selanjutnya :

"Bukan renovasi lagi, pembangunan baru. Kalau renovasi kan betul-betulkan aja kan. Renovasi di dalam sedikit-sedikit. Ini dibuka dari awal lagi. Dibangun dari awal lagi. Jadi bentuk-bentuknya bukan macam yang dulu lagi. Jadi awal. Pembangunan dari awal. Terus bagaimana pembangunan ini mempengaruhi penjualan Bapak? Sekarang yang masalah penjualan itu jauh merosot. Daripada dulu sebelum dibangun pasar baru ini, masih pasar lama dulu, jauh. Kalau bagi saya sih sepersepuluhnya pun tak ada. Nah sekarang orang-orang itu tak mau kembali ke sini lagi" (Wawancara bersama salah satu pengunjung, Bapak Amri, 50 tahun)

Ketika ditanya tentang dampak pembangunan baru ini terhadap penjualannya, informan mengungkapkan bahwa penjualannya telah merosot jauh dibandingkan dengan kondisi sebelum pasar baru dibangun. Ia bahkan menyatakan bahwa penjualannya kini mungkin hanya mencapai sepersepuluh dari yang sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada pembangunan baru, banyak orang yang tidak tertarik untuk kembali berbelanja di pasar tersebut, yang berdampak negatif pada pendapatan penjual.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki oleh organisasi, yang dapat menghambat kinerja dan daya saingnya (Puyt, 2023). Ini bisa berupa kurangnya sumber daya, keterampilan, atau teknologi yang diperlukan untuk beroperasi secara efektif.

Renovasi sering kali menyebabkan gangguan dalam operasional sehari-hari. Misalnya, selama proses renovasi, akses ke beberapa area pasar mungkin terbatas, yang dapat mengurangi jumlah pengunjung dan penjualan bagi pedagang. Selain itu, ada kemungkinan bahwa beberapa fasilitas baru belum sepenuhnya berfungsi, yang dapat menyebabkan ketidaknyamanan bagi pengunjung dan pedagang. Berikut adalah hasil wawancara peneliti bersama salah satu pengunjung :

"Ada sih yang mau diperlihatkan. Tangga mau masuk ke pasarnya itu terlalu licin. Soalnya beberapa hari lalu atau beberapa bulan lalu saya melihat ada yang terpeleset, mungkin satu-satu orang. Ibu-ibu terutama, nenek-nenek. Kalau bisa lantai itu diubah yang jadi kasar gitu soalnya terlalu licin" (Wawancara bersama salah satu pengunjung, Ibu Desi,

IRT, 25 Tahun)

Kelemahan ini dapat menghambat pengalaman pengunjung dan mengurangi daya tarik pasar. Jika pengunjung merasa tidak aman, mereka mungkin enggan untuk kembali, yang dapat berdampak negatif pada penjualan pedagang dan reputasi pasar secara keseluruhan. Dalam jangka panjang, hal ini dapat mengakibatkan penurunan pendapatan bagi para pedagang dan merusak citra pasar sebagai tempat yang menarik untuk dikunjungi. Oleh karena itu, penting bagi pengelola pasar untuk mengatasi masalah keamanan dan kenyamanan agar dapat menarik kembali pengunjung dan meningkatkan aktivitas ekonomi di pasar tersebut.

3. Peluang (Opportunities)

Renovasi pasar dapat menjadikannya sebagai salah satu destinasi wisata yang menarik (Yunni, 2017). Dengan desain yang lebih modern dan fasilitas yang lebih baik, pasar ini dapat menarik lebih banyak pengunjung, baik dari lokal maupun luar daerah. Hal ini dapat meningkatkan persepsi positif terhadap pasar sebagai tempat yang layak dikunjungi. Dengan adanya renovasi, pasar dapat menjadi pusat kegiatan ekonomi yang lebih hidup. Peluang bagi pedagang lokal untuk memasarkan produk mereka dalam lingkungan yang lebih baik dapat meningkatkan pendapatan mereka dan memberikan dampak positif bagi perekonomian setempat. Persepsi pengunjung terhadap pasar sebagai tempat yang mendukung ekonomi lokal dapat meningkat.

Dalam penelitian ini, peneliti memberi pertanyaan seputar peluang dalam pasar encik puan perak mengenai apa peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Pasar Baru Encik Puan untuk menarik lebih banyak pengunjung. Berikut adalah hasil wawancara peneliti bersama salah satu pengunjung :

"kalau bisa kios-kiosnya di beberapa bulan pertama itu di gratiskan dulu. Untuk para penjual biar di dalam pasar itu semakin ramai yang berjualan. Jadi kalau misalnya ramai orang yang berjualan otomatis pengunjung jadi juga ramai. Kalau bisa gratiskan dulu harga sewa. Tapi udah ada gratis 3 bulan? Udah sih. Cuma itu kayak sementara aja. Kayak cuma sebagai pancingan, fasilitas udah oke sebenarnya. Gimana cara untuk menarik pengunjung? Menurut kakak dari kakak sendiri lah. Kakak suka datang ke sini karena apa? Karena banyak kenalan. Itu yang terutama. Dan fasilitasnya apa? Atau sama aja dengan yang dulu? Kalau fasilitasnya memang lebih bagus yang sekarang. Terus barang-barangnya lebih fresh dan lebih murah dibanding dengan yang di Batu Sembilan. Kenapa lebih suka di sini daripada di Batu Sembilan? Kayaknya di Batu Sembilan lebih ramai. Atau yang di Pinang Lestari kan? Bukan anak-anak muda itu kan lebih... Atau orang lebih suka praktis ya? Kenapa

lebih suka di sini daripada disana? Karena lebih dekat dengan rumah” (Wawancara bersama salah satu pengunjung, Ibu Desi, IRT, 25 Tahun)

Informan mencatat bahwa fasilitas di pasar sudah lebih baik dibandingkan sebelumnya. Hal ini menunjukkan peluang untuk mempromosikan pasar sebagai tempat yang nyaman dan modern, yang dapat menarik pengunjung yang mencari pengalaman berbelanja yang lebih baik. Informan juga menekankan pentingnya komunitas dan relasi sosial dalam menarik pengunjung. Peluang ini dapat dimanfaatkan dengan mengadakan acara komunitas atau promosi yang melibatkan interaksi sosial, sehingga pasar tidak hanya berfungsi sebagai tempat berbelanja, tetapi juga sebagai ruang sosial yang menarik.

Hal yang berbeda juga diungkapkan dari informan selanjutnya :

“Peluang tadi tempatnya bagus ya, tempat parkirnya ya Ada bisa mobilmasuk tapi ya ng orang belanjanya susahya lantaran lantainya tu licin”

Informan menyatakan bahwa lokasi pasar dianggap baik. Ini menunjukkan peluang untuk memanfaatkan daya tarik lokasi dalam strategi pemasaran. Pasar yang terletak di tempat yang strategis dapat menarik lebih banyak pengunjung, terutama jika mudah diakses.

4. Ancaman (Threats)

Salah satu ancaman utama adalah keberadaan pasar atau pusat perbelanjaan lain yang mungkin menawarkan produk serupa dengan harga yang lebih kompetitif (Soekapdjo, 2023). Jika pasar lain, seperti Batu Sembilan atau Pinang Lestari, memiliki lebih banyak pengunjung atau menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih baik, ini dapat mengalihkan perhatian pengunjung dari Pasar Baru Encik Puan Perak. Hal ini dapat mengurangi jumlah pengunjung dan pendapatan bagi pedagang di pasar. Dalam penelitian ini, peneliti memberi pertanyaan seputar ancaman dalam pasar encik puan perak mengenai Apakah ada pesaing lain yang menurut Anda dapat mengancam keberadaan Pasar Baru Encik Puan setelah renovasi. Berikut adalah hasil wawancara peneliti bersama salah satu pengunjung :

“Mereka di sini, aslinya tuh di sini. Cuman mereka pindah ke sini. Jadi ramai. Kayaknya. Menurut kakak bagaimana nih? Pesaing lain. Pesaing lain yang tadi lah. Kayak Pasar lain gitu. Yang dapat menghancurkan keberadaan Pasar ini. Setelah renovasi. Kayak Pasar Bincen gitu. Pesaing terbesar dari Pasar ini apa? Bincen. Kenapa Bincen bisa lebih... ..menjadi pesaing? Mungkin lebih luas di sana. Terus lebih ramai. Kenapa orang pada ke sana? Walaupun disana fasilitasnya kurang ya. Tapi lebih ramai. Warga di sini kan lebih ke orang kejulan. Di sini lebih ke jualan. . Menurut kakak bagaimana nih program

pemerintah... ..untuk mempromosikan Pasar ini? Pasar baru. Apa yang harus dilakukan biar Pasar ini rame? Kaka sebagai pengunjung apa?"

Informan menyebutkan bahwa Pasar Bincen merupakan pesaing terbesar bagi Pasar Baru Encik Puan Perak. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan pasar lain yang lebih luas dan lebih ramai dapat menjadi ancaman serius. Jika Pasar Bincen mampu menarik lebih banyak pengunjung meskipun fasilitasnya kurang, ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti lokasi, ukuran, dan keramaian dapat mempengaruhi pilihan konsumen. Ancaman ini dapat mengurangi jumlah pengunjung ke Pasar Baru Encik Puan Perak. Hal yang berbeda juga diungkapkan dari informan selanjutnya :

"Pasar batu Sembilan, pesaingnya penjual kaki lima. Kalo dibandingkan dengan pasar bincen? Ibu lebih suka belanja disana"(Ibu eva, 44 Tahun, IRT)

Informan menyebutkan bahwa Pasar Batu Sembilan memiliki pesaing berupa penjual kaki lima. Ini menunjukkan bahwa penjual kaki lima dapat menjadi ancaman bagi pasar tradisional seperti Pasar Baru Encik Puan Perak. Penjual kaki lima sering kali menawarkan harga yang lebih murah dan aksesibilitas yang lebih baik, sehingga dapat menarik perhatian konsumen yang mencari pilihan belanja yang lebih ekonomis dan praktis. Informan juga mencerminkan persepsi masyarakat yang mungkin lebih memilih pasar yang lebih ramai dan dikenal. Jika Pasar Baru Encik Puan Perak tidak dapat membangun citra yang kuat atau tidak mendapatkan dukungan promosi yang memadai, ini dapat mengurangi daya tariknya di mata pengunjung.

SIMPULAN

Analisis kualitatif terhadap persepsi pengunjung mengenai dampak renovasi Pasar Baru Encik Puan Perak menunjukkan bahwa pasar ini memiliki sejumlah kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk menarik lebih banyak pengunjung. Kekuatan utama pasar terletak pada lokasi yang strategis dan fasilitas yang telah diperbaiki, yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung. Selain itu, adanya variasi produk yang lebih fresh dan harga yang kompetitif dibandingkan dengan pasar lain menjadi nilai tambah yang baik. Jika pasar tidak mendapatkan dukungan promosi yang cukup dari pemerintah atau pengelola, hal ini dapat mengakibatkan kurangnya kesadaran masyarakat tentang keberadaan dan keunggulan pasar setelah renovasi. Tanpa strategi pemasaran yang efektif, pasar mungkin tidak dapat menarik pengunjung baru. Namun, pasar ini juga menghadapi beberapa ancaman yang perlu diwaspadai. Persaingan yang ketat dari pasar lain, seperti Pasar Bincen dan penjual kaki lima, menunjukkan bahwa pengunjung memiliki banyak

pilihan.

Meskipun Pasar Baru Encik Puan Perak telah direnovasi, persepsi masyarakat yang lebih memilih pasar yang lebih ramai dan dikenal dapat mengurangi daya tarik pasar ini. Selain itu, tantangan terkait dengan kebersihan dan keamanan juga perlu diatasi untuk meningkatkan pengalaman berbelanja. Dari analisis ini, penting bagi pengelola Pasar Baru Encik Puan Perak untuk merumuskan strategi yang dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sambil mengatasi ancaman yang dihadapi. Program promosi yang efektif, peningkatan fasilitas, dan penguatan komunitas dapat menjadi langkah-langkah strategis untuk menarik lebih banyak pengunjung dan memastikan keberlangsungan pasar di tengah persaingan yang ketat. Dengan pendekatan yang tepat, Pasar Baru Encik Puan Perak memiliki potensi untuk menjadi pusat perbelanjaan yang ramai dan diminati di Tanjungpinang.

DAFTAR PUSTAKA

- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Bull, J. W., Jobstvogt, N., Böhnke-Henrichs, A., Mascarenhas, A., Sitas, N., Baulcomb, C., Lambini, C. K., Rawlins, M., Baral, H., Zähringer, J., Carter-Silk, E., Balzan, M. V., Kenter, J. O., Häyhä, T., Petz, K., & Koss, R. (2016). Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats: A SWOT analysis of the ecosystem services framework. *Ecosystem Services*, 17, 99–111. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2015.11.012>
- Dj, Yunni. R. (2017). Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis Swot Untuk Peningkatan Penjualan Pada Ud. Surya Gemilang Motor Di Surabaya. *Jurnal Ekbis*, 17(1), 13-Halaman.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). Teknik analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=CRL2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR2&dq=buku+swot&ots=NWLElatjyj&sig=pbYBaP0KqeDTJdhXnwV006lus2k&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20swot&f=false
- Lumban, J. (2022). Traditional Market Management Model Based on Digital Marketing. *Quality - Access to Success*, 23(191). <https://doi.org/10.47750/QAS/23.191.27>
- Mahfud, M. H. (2020). Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *AGRISAINTELIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>

- Malano, Herman. (2013). Selamatkan Pasar Tradisional. Gramedia Pustaka Utama.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4F9nDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=buku+pasar&ots=djLYoRBkFg&sig=_kICXQCjMObKtbHmAuzY42o_zw&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20pasar&f=false
- Moleong, L. J. (2015). Metodologi Penelitian Kualitatif, Cetakan 34. ed. PT Remaja Rosdakarya.
- Nur Indah Ariyani & Okta Hadi Nurcahyono. (2014). Digitalisasi Pasar Tradisional: Perspektif Teori Perubahan Sosial. 3(1), 1–12.
- Puyt, R. W., Lie, F. B., & Wilderom, C. P. (2023). The origins of SWOT analysis. Long Range Planning, 56(3), 102304.
- Sarsby, A. (2016). SWOT analysis. Lulu. com.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=analysis+swot&btnG=
- Syafara, Z. (2024). Wapres Ma'ruf Amin Resmikan Pasar Baru Encik Puan Perak Dan Inpres Jalan Daerah, Dorong Kemajuan Ekonomi Tanjungpinang [Berita]. Pemerintah Kota Tanjungpinang. <https://www.tanjungpinangkota.go.id/berita/wapres-maruf-amin-resmikan-pasar-baru-encik-puan-perak-dan-inpres-jalan-daerah-dorong-kemajuan-ekonomi-tanjungpinang>
- Soekapdjo, S., & Dewi, A. P. (2021). Potensi Pasar Pembiayaan KMF Purna BRISyariah iB Dengan Akad Murabahah (Pendekatan Analisis SWOT). Jurnal Perspektif, 19(1), 11-16.
- Tamba, I. M., & et al. (2018). Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha. Universitas Mahasaraswati Press.
- Vlados, C. (2019). On A Correlative And Evolutionary Swot Analysis.