

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Implementasi perencanaan strategis di PD Pasar Jaya secara umum berjalan cukup baik dan realistis, terutama dari segi kesesuaian antarelemen dalam konsep perencanaan strategis. Pernyataan visi dan misi yang dibuat tidak utopis. Meskipun demikian, peneliti mendapati beberapa hal yang kurang sesuai pada analisis lingkungan, baik internal maupun eksternal, yang pada akhirnya membuat pencapaian dari tujuan jangka panjang dan sasaran tahunan dari PD Pasar Jaya kurang berjalan optimal.

5.2 Rekomendasi

1. PD Pasar Jaya harus mengidentifikasi sumber daya yang dimiliki, terutama yang bersinggungan dengan empat aspek yang menjadi fokus utama implementasi perencanaan strategis. Hal ini sangat penting agar keselarasan kekuatan organisasi dan pencapaian tujuan yang dibuat dalam jangka pendek, menengah dan panjang dapat tercapai dengan melakukan pendidikan dan pelatihan bagi pegawai. Lingkupnya tidak hanya memajukan kompetensi pegawai semata, namun juga dalam rangka membangun budaya organisasi yang belum terbangun dengan baik dalam diri PD Pasar Jaya.
2. PD Pasar Jaya juga perlu meningkatkan kenyamanan pasar dengan melakukan revitalisasi pasar melalui peremajaan dan renovasi. Harus ada prioritas dalam membangun dan melakukan revitalisasi ini dengan alokasi dana yang cukup. Faktor kebijakan organisasi dan juga perda yang menjadi salah satu landasan hukum dalam melakukan revitalisasi ini harus bersifat pasti. Diversifikasi usaha dapat juga dilakukan dalam rangka menciptakan *income* perusahaan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada.

3. PD Pasar Jaya harus melakukan pembinaan terhadap pedagang dan juga *stakeholder* yang lain dengan cara sosialisasi hak dan kewajiban yang dipikul masing-masing *stakeholder*, termasuk melakukan dialog dalam menampung aspirasi dan membangun persepsi dalam rangka memajukan PD Pasar Jaya ke depan.
4. Divisi Perencanaan PD Pasar Jaya harus melakukan riset mendalam terlebih dahulu sebelum memutuskan kebijakan yang diambil dalam perencanaan. Kajian dalam riset tersebut haruslah dapat memahami aspek-aspek selain aspek teknis dalam pasar, yaitu aspek sosial, budaya, dan ekonomi, baik dari masyarakat maupun *stakeholders* lainnya.

