

Maulani Yulindasari. NIM 140321100046. Strategi Pengembangan Pasar Kolpajung Di Kabupaten Pamekasan. Dibawah bimbingan Dr. Isdiana Suprpti, SP., MM.

ABSTRAK

Pasar Kolpajung merupakan salah satu pasar tradisional terbesar di Kabupaten Pamekasan yang beroperasi setiap hari. Tujuan penelitian ini : (1) mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal Pasar Kolpajung dan (2) merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan Pasar Kolpajung. Metode analisis data yang digunakan adalah matriks IFE, matriks EFE, diagram SWOT, dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal kekuatan utama Pasar Kolpajung adalah variasi produk. Sedangkan faktor internal kelemahan utamanya adalah kualitas SDM (pedagang). Faktor eksternal peluang utamanya adalah adanya konsumen tetap yang berbelanja di Pasar Kolpajung. Sedangkan faktor eksternal ancaman utamanya adalah keamanan Pasar Kolpajung. Diketahui posisi Pasar Kolpajung berada pada kuadran I yakni *Growth Strategy*. Dari analisis SWOT diperoleh strategi S-O yakni 1)meningkatkan kerjasama pengelola pasar dan warga sekitar, 2) menambah variasi produk, 3)mempertahankan harga produk dengan proses tawar-menawar antara pedagang dan pembeli, dan 4) meningkatkan akses dan mengembangkan lokasi Pasar Kolpajung. Untuk melakukan kerjasama antara pengelola pasar dan warga sekitar sebaiknya dilakukan perjanjian tertulis. Untuk menambah variasi produk sebaiknya pedagang menambah mitra pasoknya.

Kata Kunci: Pasar, Faktor Internal, Faktor Eksternal, Diagram SWOT, dan Analisis SWOT

Maulani Yulindasari. NIM 140321100046. *Development Strategy Of Kolpajung Market in Pamekasan Distric. Suprevised by Dr. Isdiana Suprapti, SP., MM.*

ABSTRACT

Kolpajung Traditional Market is one of the biggest traditional market in Pamekasan Region that doing trade everyday. The aims of this observation are: (1) to identify the internal and external environmental in Kolpajung traditional Market. (2) to formulate the alternative strategy with that can be applied in developing Kolpajung Traditional Market. The methodology to analyze the data is IFE matrix, EFE matrix, SWOT, and Analysis of SWOT. the result of this study showing the internal element prominent strength in Kolpajung Traditional Market is product variation. Whereas the weakness of internal element is natural resource (trader). The opportunity of External elements is consumer that still expense in Kolpajung Traditional Market. Whereas the threat of External elements is the safety of Kolpajung Traditional Market. Be aware that positioning of Kolpajung Traditional Market in level Kuadran I, there is Growth Strategy. From the Analysis of SWOT derived with strategy S-O, there is, (1) to improve the relationship between market manager and society, (2) to add some variation product, (3) the defense the price of product with bargain between trader and seller, and (4) to increase access and development location of Kolpajung Traditional Market. To conduct cooperation between market managers local residents, a written agreement should be made. To add variety of products, traders should add their supply partnetrs.

Keyword: Market, Internal Element, External Element, SWOT Diagram, and Analysis of SWOT

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	lii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
BIODATA PENULIS.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Landasan Teori.....	4
2.1.1 Manajemen Strategi.....	4
2.1.2 Strategi Pengembangan.....	4
2.1.3 Pasar.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Metode Penentuan Lokasi.....	22
3.2 Jenis dan Sumber Data	22
3.3 Metode Penentuan Sampel.....	22
3.4 Metode Analisis Data.....	23
3.4.1 Matriks <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	24
3.4.2 Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation (IFE)</i>	26
3.4.3 Matriks <i>Strenght-Weeknesess-Oportunities-Threats (SWOT)</i>	27
3.6 Definisi Operasional.....	28
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI.....	30

4.1 Profil Pasar Kolpajung.....	30
4.2 Visi, Misi, dan Tujuan Pasar Kolpajung.....	30
4.3 Struktur Pasar Kolpajung.....	31
4.4 Sarana dan Prasarana.....	32
4.5 Karakteristik Responden.....	32
4.5.1 Jenis Kelamin.....	32
4.5.2 Usia.....	32
4.5.3 Pendidikan.....	33
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
5.1 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal.....	34
5.1.1 Faktor Internal.....	34
5.1.2 Faktor Eksternal.....	37
5.2 Alternatif Strategi.....	39
5.2.1 Analisis matriks <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i> dan <i>External Factor Evaluation (EFE)</i>	39
5.2.2 Analisis SWOT.....	41
BAB VI PENUTUP.....	48
6.1 Kesimpulan.....	48
6.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pasar Tradisional Di Kabupaten Pamekasan.....	2
Tabel 2.1	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	5
Tabel 2.2	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).....	6
Tabel 2.3	Matriks Analisis SWOT.....	8
Tabel 2.4	Kategori Pasar Rakyat Berdasarkan PerMenDag No 48 Tahun 2013.....	9
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3.1	Perhitungan Sampel.....	23
Tabel 3.2	Pembobotan Faktor Internal.....	24
Tabel 3.3	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	25
Tabel 3.4	Pembobotan Faktor Eksternal.....	26
Tabel 3.5	Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	27
Tabel 3.6	Matriks Analisis SWOT.....	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	33
Tabel 5.1	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	39
Tabel 5.2	Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE).....	41
Tabel 5.3	Rumusan Strategi Pengembangan Pasar Kolpajung.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Diagram Analisis SWOT.....	7
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1	Struktur Pengelola Pasar Kolpajung.....	31
Gambar 5.1	Diagram Analisis SWOT Pasar Kolpajung.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner	53
Lampiran 2	Analisis SWOT	68
Lampiran 3	Dokumentasi.....	86