

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang Melalui Analisis SWOT” yang ditulis oleh Bintang Syahriar Ridwan. NIM. 17402163392, yang dibimbing oleh Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena banyaknya pasar modern, di mana hal itu berdampak pada keberadaan pasar tradisional maupun kelompok pedagang atau usaha pasar tradisional. Di tengah persaingan ini pihak pengelola pasar harus mampu memilih strategi pengelolaan yang tepat. Yakni dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki untuk meminimalisir kelemahan dan ancaman yang muncul di masa mendatang. Sebagaimana pasar tradisional Ngunut Tulungagung, yang sebagian besar para pedagangnya menggantungkan perkerjaan sehari-hari dari pasar. Maka dari itu, keberadaan pasar sangatlah berpengaruh bagi roda perekonomian mereka.

Selanjutnya pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara secara mendalam terhadap informan, dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknis Analisis SWOT yang berisi kolaborasi antara faktor internal dan eksternal perusahaan dalam penelitian ini pasar tradisional Ngunut Tulungagung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Dari hasil analisis SWOT mempunyai 4 strategi yaitu, Strategi SO: Melakukan revitalisasi pasar serta renovasi fasilitas maupun infrastruktur, Meningkatkan dan menjaga kebersihan pasar, mempertahankan pelayanan untuk pembeli, Tetap melakukan kerjasama antara pengelola pasar dan penjual, terakhir memaksimalkan kemajuan teknologi media masa. Strategi WO: Pihak pengelola pasar memberikan pengarahan kepada pedagang demi kepentingan bersama dan Pihak pengelola memberikan program bantuan pinjaman dana dari koperasi kepada penjual atau pelaku usaha untuk modal. Strategi ST: Penjual tetap telaten berupaya menjaga kualitas produk dagangan, Terus melakukan promosi kepada masyarakat baik lewat media maupun secara langsung kepada pembeli, Memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas baik, dan Meningkatkan jaringan untuk mengantisipasi jika harga komoditas dan produksi yang naik. Strategi WT: Melakukan sosialisasi untuk memantik inovasi dan kreatifitas penjual agar tidak kalah saing dan berusaha menjalin hubungan baik (konsumen). (2) Sebagaimana hasil analisis SWOT yang menunjukkan pada kuadran I, maka upaya yang tepat bagi pihak pengelola pasar Ngunut Tulungagung dapat menggunakan strategi SO dalam pengelolaan pasar khususnya aspek kepuasan, penjualan, dan infrastruktur pasar.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Pasar Tradisional, Kepuasan Pedagang

ABSTRACT

Thesis with the title "Traditional Market Development Strategy in Increasing Trader Satisfaction" written by Bintang Syahriar Ridwan. NIM. 17402163392, supervised by Dr. H. Dede Nurrohman, M.Ag.

This research is motivated by the phenomenon of the number of modern markets, where it has an impact on the existence of traditional markets and groups of traders or traditional market businesses. In the midst of this competition, the market manager must be able to choose the right management strategy. Namely by maximizing the strengths and opportunities that are owned to minimize weaknesses and threats that arise in the future. Like the traditional Ngunut Tulungagung market, most of the traders depend on the market for their daily work. Therefore, the existence of the market is very influential for the wheels of their economy. Therefore, the management must try to use the right market management strategy to achieve common goals.

Furthermore, the research approach used by the researcher is qualitative with the type of qualitative descriptive research. Data collection techniques through observation, in-depth interviews with informants, and documentation. Sources of data in this study using primary and secondary data. This study uses a technical SWOT analysis which contains collaboration between internal and external factors of the company in this study the traditional market of Ngunut Tulungagung.

The results of the study show that: (1) From the results of the SWOT analysis, there are 4 strategies, namely, SO Strategy: Revitalizing the market and renovating facilities and infrastructure, Improving and maintaining market cleanliness, maintaining service for buyers, Continue to cooperate between market managers and sellers, lastly maximize the advancement of mass media technology. WO strategy: The market manager provides direction to traders for the common interest and the manager provides loan assistance programs from cooperatives to sellers or business actors for capital. ST Strategy: Sellers are persistent in their efforts to maintain the quality of merchandise, Continue to promote to the public both through the media and directly to buyers, Provide affordable prices with good quality, and Improve the network to anticipate if commodity prices and production rise. WT Strategy: Conducting socialization to ignite innovation and creativity of sellers so as not to lose competitiveness and try to establish good relationships (consumers). (2) As the results of the SWOT analysis show in quadrant I, the right effort for the market manager of Ngunut Tulungagung can be to use the SO strategy in market management, especially aspects of satisfaction, sales, and market infrastructure.

Keywords: Development Strategy, Traditional Market, Merchant Satisfaction