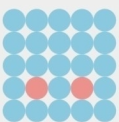




Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2009



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

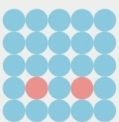
MB-IPB

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	11
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1. Kerangka Teoritis	14
2.1.1. Kepuasan Pelanggan	14
2.1.2. Strategi	16
2.1.3. Manajemen Strategi	17
2.1.4. Analisis Lingkungan Internal	19
2.1.5. Analisis Lingkungan Eksternal	21
2.1.6. Matriks Internal-Eksternal	23
2.1.7. QSPM	25
2.1.8. Pasar	26
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	27
2.3. Kerangka Pemikiran	38
2.3.1. Kerangka Pemikiran Konseptual	38
2.3.2. Kerangka Pemikiran Operasional	40
III. METODE PENELITIAN	
3.1. Lokasi dan Waktu	42
3.2. Pendekatan Penelitian	42
3.3. Data yang Diperlukan dan Sumbernya	43

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

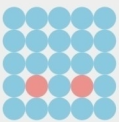
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

3.4.	Teknik Pengumpulan Data dan Informasi	44
3.5.	Teknik Pengambilan Contoh	45
3.5.1.	Teknik Pengambilan Contoh untuk Analisis Persepsi Pelanggan dan Pengelola	45
3.5.2.	Teknik Pengambilan Contoh untuk Analisis Internal-Eksternal	50
3.6.	Teknik Pengolahan dan Analisis Data	51
3.6.1.	Analisis Rentang Kriteria.....	51
3.6.2.	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	52
3.6.3.	Pengujian Hipotesis	55
3.6.4.	Pengujian Varian Satu Jalur (<i>One Way ANOVA</i>)	58
3.6.5.	Analisis Internal-Eksternal	58
3.6.6.	Perumusan Pilihan Strategi	64
3.6.7.	Penentuan Prioritas Strategi	65
IV.	GAMBARAN UMUM PD PASAR TOHAGA	
4.1.	Kondisi Umum	68
4.1.1.	Letak Geografis dan Luas Wilayah Kabupaten Bogor	68
4.1.2.	Kondisi Demografis Kabupaten Bogor	68
4.2.	Profil PD Pasar Tohaga	69
4.2.1.	Kedudukan, Tujuan, Tugas Pokok dan Fungsi	69
4.2.2.	Visi dan Misi PD Pasar Tohaga	70
4.2.3.	Struktur Organisasi	61
4.2.4.	Sumberdaya Manusia	73
4.2.5.	Cakupan Pelayanan PD Pasar Tohaga	73
4.2.6.	Sarana dan Prasarana	74
4.2.7.	Potensi Penerimaan	75
4.2.8.	Kinerja Perusahaan	76
4.2.9.	Strategi Perusahaan Saat Ini	77
V.	PERSEPSI TERHADAP PD PASAR TOHAGA	
5.1.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	79
5.2.	Persepsi Pelanggan dan Pengelola	81
5.2.1.	Persepsi Pelanggan Pasar Kelas I	81
5.2.2.	Persepsi Pelanggan Pasar Kelas II	84
5.2.3.	Persepsi Pelanggan Pasar Kelas III	87
5.2.4.	Persepsi Seluruh Pelanggan	90



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2009

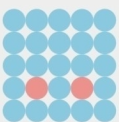


Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

5.2.5. Persepsi Pengelola	93
5.3. Prioritas Perbaikan Atribut Pengelolaan Pasar	96
5.3.1. Prioritas Perbaikan Atribut Pengelolaan Pasar Menurut Pelanggan Pasar Kelas I	96
5.3.2. Prioritas Perbaikan Atribut Pengelolaan Pasar Menurut Pelanggan Pasar Kelas II	98
5.3.3. Prioritas Perbaikan Atribut Pengelolaan Pasar Menurut Pelanggan Pasar Kelas III	101
5.3.4. Prioritas Perbaikan Atribut Pengelolaan Pasar Menurut Seluruh Pelanggan	104
5.3.5. Prioritas Perbaikan Atribut Pengelolaan Pasar Menurut Pengelola	107
5.4. Perbandingan Persepsi Antara Pelanggan Dengan Pengelola Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan	110
5.4.1. Perbandingan Persepsi Terhadap Tingkat Kinerja	110
5.4.2. Perbandingan Persepsi Terhadap Tingkat Harapan	112
5.4.3. Perbandingan Persepsi Antar Pelanggan Kelas Pasar dan Pengelola	113
VI. POSISI PD PASAR TOHAGA DALAM INDUSTRI	
6.1. Analisis Lingkungan Internal	119
6.1.1. Kekuatan	119
6.1.2. Kelemahan	120
6.1.3. Evaluasi Faktor Internal	123
6.2. Analisis Lingkungan Eksternal	126
6.2.1. Peluang	126
6.2.2. Ancaman	129
6.2.3. Evaluasi Faktor Eksternal	134
6.3. Posisi PD Pasar Tohaga	138
VII. PILIHAN DAN PRIORITAS STRATEGI PD PASAR TOHAGA	
7.1. Perumusan Pilihan Strategi	141
7.2. Prioritas Strategi	147
7.3. Implikasi Manajerial	150
VIII. KESIMPULAN DAN SARAN	
8.1. Kesimpulan	154
8.2. Saran	155
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN	161



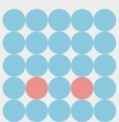
DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1	Kajian Penelitian Terdahulu	35
2	Jenis dan Sumber Data	43
3	Jumlah Contoh Pelanggan Per Kelas Pasar	
4	Responden Analisis Persepsi	49
5	Profil Responden yang dijadikan Sampel untuk Analisis Internal-Eksternal pada Penelitian PD Pasar Tohaga Kabupaten Bogor, 2009	50
6	Perhitungan Nilai Skor pada Skala Likert Jawaban Responden	51
7	Skala Tingkat Harapan dan Tingkat Kinerja	54
8	Atribut Pengelolaan Pasar Untuk Analisis Persepsi Pelanggan dan Pengelola Pada Penelitian PD Pasar Tohaga Kabupaten Bogor, 2009	56
9	Ilustrasi Matriks <i>Pairwise Comparison</i> Individu	59
10	Ilustrasi Matriks <i>Pairwise Comparison</i> Gabungan	59
11	Ilustrasi Matriks IFE	61
12	Ilustrasi Matriks EFE	63
13	Ilustrasi Matriks QSPM	67
14	Data Jumlah Pegawai PD Pasar Tohaga	73
15	Jumlah Pegawai Kantor Pusat PD Pasar Tohaga Menurut Tingkat Pendidikan.....	73
16	Daftar Unit Pasar Tradisional di Kabupaten Bogor	74
17	Daftar Luas Bangunan, Luas Dan Nilai Tanah Pasar PD Pasar Tohaga	75
18	Kinerja Keuangan PD Pasar Tohaga Tahun 2007-2008	76
19	Persepsi Pelanggan Pasar Kelas I Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan	82
20	Persepsi Pelanggan Pasar Kelas II Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan	85
21	Persepsi Pelanggan Pasar Kelas III Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan	89
22	Persepsi Pelanggan Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan	91



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2009



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

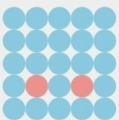
23	Persepsi Pengelola Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan	95
24	Posisi Faktor Pada Setiap Kuadran Menurut Pelanggan Pasar Kelas I	98
25	Posisi Faktor Pada Setiap Kuadran Menurut Pelanggan Pasar Kelas II	101
26	Posisi Faktor Pada Setiap Kuadran Menurut Pelanggan Pasar Kelas III	103
27	Posisi Faktor Pada Setiap Kuadran Menurut Pelanggan	107
28	Posisi Faktor Pada Setiap Kuadran Menurut Pengelola	109
29	Hasil Uji Beda Rata-Rata Tingkat Kinerja	112
30	Hasil Uji Beda Rata-Rata Tingkat Harapan	113
31	Perbandingan Persepsi Antar Pelanggan Kelas Pasar dan Pengelola	114
32	Perbandingan Persepsi Terhadap Tingkat Kinerja	115
33	Perbandingan Persepsi Terhadap Tingkat Harapan	117
34	Hasil Evaluasi Faktor Internal (IFE) PD Pasar Tohaga	124
35	Hasil Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) PD Pasar Tohaga ...	135
36	Hasil Penetapan Prioritas Strategi dengan Menggunakan QSPM	148
37	Implikasi Manajerial Per Kelas Pasar	152

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2009



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1	Kerangka Tahapan Analisis Perumusan Strategi	18
2	Matriks IE	24
3	Kerangka Pemikiran Konseptual	39
4	Kerangka Pemikiran Operasional	41
5	Diagram Kartesius	53
6	Komposisi Umur Penduduk Kabupaten Bogor	69
7	Struktur Organisasi PD Pasar Tohaga	72
8	Diagram Kartesius Berdasarkan Pasar Kelas I	97
9	Diagram Kartesius Berdasarkan Pasar Kelas II	100
10	Diagram Kartesius Berdasarkan Pasar Kelas III	103
11	Diagram Kartesius Menurut Pelanggan	106
12	Diagram Kartesius Menurut Pengelola	108
13	Matriks Internal dan Eksternal (IE) PD Pasar Tohaga	139

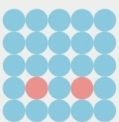
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2009



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	161
2	Uji Validitas dan Reliabilitas Analisis Persepsi	179
3	Analisis Internal-Eksternal PD Pasar Tohaga	181
4	Pembobotan Faktor Internal	182
5	Rekap Pembobotan Faktor Internal	186
6	Pembobotan Faktor Eksternal	187
7	Rekap Pembobotan Faktor Eksternal	194
8	Pemberian Peringkat (Rating)	195
9	Tabel QSPM Responden	196

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.