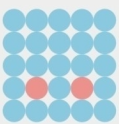


I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Secara tradisional menurut Kotler (2007) pasar merupakan tempat fisik dimana para pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Pasar dinyatakan sebagai kumpulan pembeli dan penjual yang melakukan transaksi atas sebuah produk atau kelompok produk tertentu. Pasar juga diartikan sebagai salah satu komponen utama pembentukan komunitas masyarakat baik di desa maupun di kota sebagai lembaga distribusi berbagai macam kebutuhan manusia seperti bahan makanan, sumber energi, dan sumberdaya lainnya (KNLH, 2008). Secara non fisik menurut Sugiarto dkk (2007) pasar adalah suatu institusi yang pada umumnya tidak berwujud secara fisik yang mempertemukan penjual dan pembeli suatu komoditi (barang dan jasa). Pengertian lain tentang pasar dijelaskan oleh Rahardja dan Manurung (2008) yang menyebutkan bahwa pasar dalam pengertian ekonomi tidak berwujud secara fisik, pasar merupakan pertemuan antara permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*).

Pengertian pasar sebagaimana Peraturan Presiden Republik Indonesia (Perpres-RI) Nomor 112 Tahun 2007 adalah area tempat jual beli barang dengan jumlah penjual lebih dari satu baik yang disebut sebagai pusat perbelanjaan, pasar tradisional, pertokoan, mall, plasa, pusat perdagangan maupun sebutan lainnya. Lebih lanjut Perpres-RI tersebut mendefinisikan pasar tradisional adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Swasta, Badan Usaha Milik Negara dan Badan Usaha Milik Daerah termasuk kerjasama dengan swasta dengan tempat usaha berupa toko, kios, los dan tenda yang



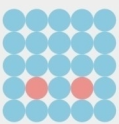
dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil, menengah, swadaya masyarakat atau koperasi dengan usaha skala kecil, modal kecil dan dengan proses jual beli barang dagangan melalui tawar menawar.

Kondisi pasar tradisional secara umum hingga kini masih memprihatinkan. Pasar tradisional dikenal sebagai tempat transaksi rakyat yang berwajah semrawut dengan ciri sampah berserakan, becek, kumuh, bau menyengat, dan sistem keamanan yang minim. Dengan tampilan fisik yang demikian, ditambah realitas pertumbuhan pasar moderen yang kian penetratif, membuat keberadaan pasar tradisional semakin surut daya saingnya. Hampir seluruh pasar tradisional di Indonesia masih bergelut dengan masalah internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim, menjadi target penerimaan retribusi, menjamurnya pedagang kaki lima (PKL) dan minimnya bantuan permodalan (Poesoro, 2007). Menurut Kuncoro (2008), permasalahan umum yang dihadapi pasar tradisional adalah sebagai berikut :

- Banyaknya pedagang yang tidak tertampung di dalam pasar.
- Stigma pasar tradisional yang mempunyai kesan kumuh.
- Barang dagangan makanan siap saji mempunyai kesan kurang higienis.
- Pasar moderen yang banyak tumbuh dan berkembang merupakan pesaing serius pasar tradisional.
- Rendahnya kesadaran pedagang untuk mengembangkan usahanya dan menempati tempat yang sudah ditentukan.
- Status tanah pasar yang tidak jelas, sebagian tanah berstatus milik pemerintah daerah dan sebagian berstatus milik pemerintah desa.

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.

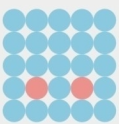


- Banyaknya pasar yang tidak beroperasi secara maksimal, karena adanya pesaing pasar lain sehingga perlu pemanfaatan lokasi secara efektif.
- Masih rendahnya kesadaran pedagang dalam membayar retribusi.
- Masih adanya pasar yang beroperasi hanya pada hari pasaran.

Namun demikian keberadaan pasar tradisional di Indonesia sebenarnya memiliki nilai yang sangat strategis. Menurut Kuncoro (2008) nilai strategis pasar tradisional terlihat dari besarnya jumlah pedagang ritel tradisional yang berjumlah sekitar duabelas juta pedagang, kemudian adanya kenyataan bahwa pasar tradisional merupakan pasar yang paling sering dikunjungi pembeli dimana masyarakat Indonesia melakukannya kurang lebih dua puluh lima kali dalam sebulan, adanya kemudahan akses bagi pemasok kecil termasuk petani serta memiliki keunggulan dimana terjadi tawar menawar antara penjual dan pembeli, kualitas barang yang segar serta lokasi pasar tradisional yang dekat dengan masyarakat.

Jumlah pasar tradisional di Indonesia saat ini tercatat 13.650 unit yang menampung 12,6 juta pedagang (KNLH, 2008). Apabila setiap pedagang mempunyai empat anggota keluarga, maka setidaknya lima puluh juta rakyat Indonesia bergantung kehidupannya pada pasar tradisional. Jumlah ini tidak termasuk pembeli yang berbelanja di pasar tradisional. Setidaknya sampai saat sekarang keberadaan pasar tradisional masih dibutuhkan sebagai penopang kehidupan keseharian masyarakat.

Keberadaan pasar diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pembeli, pedagang, pengelola pasar dan pemerintah daerah. Pada era sekarang ini, salah satu tuntutan masyarakat terhadap pelayanan pasar adalah adanya peningkatan

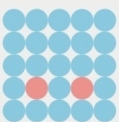


kualitas pelayanan. Menurut Kotler (2007) pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Selanjutnya Sinambela (2008) berpendapat pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Untuk menjalankan tugasnya pengelola pasar tidak terlepas dari aktivitas dalam peningkatan pelayanan kepada pelanggan dan *stakeholders*. Pelanggan dan *stakeholders* bagi sektor publik menurut Gaspersz (2004) yaitu mereka yang secara langsung atau tidak langsung menggunakan pelayanan publik atau mereka yang secara langsung maupun tidak langsung terpengaruh oleh tindakan-tindakan atau kebijakan-kebijakan publik. Pelayanan publik menurut Sinambela (2008) diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Dengan pengelolaan pasar yang baik, pelanggan dan *stakeholders* akan memperoleh keuntungan. Pembeli akan memperoleh kemudahan dalam mendapatkan barang kebutuhan dan bahan mentah yang bersih dan sehat, memperoleh kenyamanan dan jaminan keamanan serta mendapatkan perlindungan akan hak-haknya. Bagi pedagang sendiri diharapkan akan mendapatkan layanan fasilitas yang lebih baik, mendapatkan kenyamanan dan keamanan, mendapatkan perlindungan akan hak-haknya, peningkatan jumlah pembeli serta peningkatan pendapatan. Dengan pengelolaan pasar yang baik, tentunya akan memberikan manfaat bagi pengelola pasar dan pemerintah daerah berupa pengembangan dan

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



promosi produk-produk tradisional setempat, rekelola limbah pasar, optimalisasi dan efisiensi dalam pengelolaan pasar, peluang mendapatkan apresiasi dari individu, lembaga pemerintah atau lembaga lain, peningkatan pembeli serta peningkatan pendapatan asli daerah (PAD). Pengelolaan pasar yang baik pada akhirnya akan memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar pasar dengan tersalurkannya produk-produk lokal, penyerapan sumberdaya setempat, terkelolanya dampak cemaran kegiatan pasar serta tertatanya akses transportasi.

Pemerintah melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 telah mengatur mengenai penataan pasar tradisional dimana lokasi pendirian pasar tradisional wajib mengacu pada Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten/Kota, dan Rencana Detail Tata Ruang Kabupaten/Kota, termasuk peraturan zonasinya. Pendirian pasar tradisional wajib memenuhi ketentuan diantaranya adalah memperhitungkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dan keberadaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko moderen serta usaha kecil, termasuk koperasi, yang ada di wilayah yang bersangkutan; menyediakan areal parkir paling sedikit seluas kebutuhan parkir 1 (satu) buah kendaraan roda empat untuk setiap 100 m² (seratus meter per segi) luas lantai penjualan pasar tradisional; dan menyediakan fasilitas yang menjamin pasar tradisional yang bersih, sehat (*hygienis*), aman, tertib dan ruang publik yang nyaman serta penyediaan areal parkir dapat dilakukan berdasarkan kerjasama antara pengelola pasar tradisional dengan pihak lain.

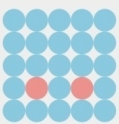
Pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor saat ini dilakukan oleh Perusahaan Daerah (PD) Pasar Tohaga. PD Pasar Tohaga adalah perusahaan daerah yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah (Perda) Kabupaten Bogor Nomor 4 Tahun

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.



2005 tentang Pendirian Perusahaan Daerah Pasar Kabupaten Bogor dengan tujuan mewujudkan dan meningkatkan pelayanan umum dalam memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana pasar dengan melaksanakan kegiatan pengelolaan pasar serta meningkatkan pendapatan asli daerah. Lebih lanjut yang dimaksud pengelolaan pasar sebagaimana diatur dalam Perda Nomor 11 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Pasar Daerah adalah pengelolaan manajemen secara langsung terhadap pasar yang dimiliki dan atau dikuasai oleh PD Pasar Tohaga dengan tujuan memperoleh keuntungan dari jasa yang telah diberikan, maupun pengelolaan tidak langsung dalam bentuk pengawasan, pengendalian dan pembinaan terhadap pasar. Secara spesifik yang dimaksud pasar dalam penelitian ini sebagaimana diatur dalam Perda Kabupaten Bogor Nomor 4 Tahun 2005 adalah suatu kawasan tertentu beserta bangunan di atasnya yang dimiliki dan ditetapkan oleh pemerintah daerah sebagai tempat dilakukannya transaksi jual beli antara masyarakat umum dengan para pedagang atau pelaku usaha yang secara teratur dan langsung memperdagangkan barang atau menawarkan jasa. Tugas pokok PD Pasar Tohaga adalah melaksanakan pelayanan umum dan pembangunan pasar dalam pengelolaan pasar, membina pedagang pasar serta ikut membantu menciptakan stabilitas harga serta kelancaran distribusi barang dan jasa di pasar.

Perjalanan pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor ditandai dengan beberapa kali pergantian instansi pengelola pasar. Pada awalnya pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor dikelola oleh Dinas Informasi Harga sejak tahun 1978 hingga 1990. Pada tahun 1990 pengelolaan pasar diserahkan kepada Dinas Pengelolaan Pasar. Selanjutnya pada tahun 2001 melalui Peraturan Daerah Nomor 3 tahun 2001 tentang Struktur Organisasi Dinas Daerah, pasar dikelola oleh salah



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.

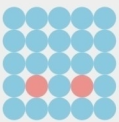


satu Sub Dinas pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bogor. Kemudian pada tahun 2004 melalui Peraturan Daerah Nomor 33 tahun 2004 pengelolaan pasar tidak lagi sepenuhnya menjadi kewenangan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, tetapi hanya merupakan tugas pembantuan menjelang terbentuknya PD Pasar Tohaga (PD Pasar Tohaga, 2008).

Meskipun telah ditetapkan pada tahun 2005, namun serah terima pengelolaan pasar dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan kepada PD Pasar Tohaga baru dilaksanakan pada tanggal 1 Mei 2007. Serah terima ini dilakukan setelah terlebih dahulu dilaksanakan pelantikan pengurus PD Pasar Tohaga pada tanggal 22 Maret 2007. Susunan pengurus perusahaan daerah ini terdiri dari Direksi dan Badan Pengawas. Anggota Direksi diangkat oleh Bupati atas usul Badan Pengawas setelah dikonsultasikan dengan pimpinan DPRD. Pengangkatan anggota Direksi ditetapkan dengan Keputusan Bupati. Pegawai Negeri Sipil yang akan diangkat menjadi Direksi harus melepaskan status pegawai negeri sipilnya terlebih dahulu sebelum ditetapkan sebagai anggota Direksi.

Perda Nomor 4 Tahun 2005 juga mengatur bahwa pada saat perusahaan daerah ini didirikan, pemerintah daerah menyertakan sebagian kekayaan daerah yang dipisahkan sebesar Rp. 5.000.000.000,- (lima milyar rupiah) yang berasal dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Penambahan atau pengurangan modal perusahaan yang berasal dari APBD ditetapkan dengan

Keputusan Bupati setelah mendapat persetujuan dari DPRD. Direksi mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan keuangan kepada Bupati melalui ketua Badan Pengawas untuk mendapat pengesahan, yang terdiri dari neraca dan perhitungan laba/rugi tahunan setelah diaudit oleh akuntan publik. Penggunaan



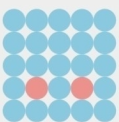


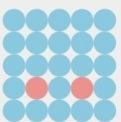
laba bersih dialokasikan untuk APBD sebesar 55%, cadangan umum 10%, sosial dan pendidikan 10%, jasa produksi 20% serta sumbangan lain-lain sebesar 5%.

Jenis pasar yang dikelola oleh PD Pasar Tohaga saat ini adalah pasar tradisional berjumlah 24 unit yang tersebar di 23 Kecamatan. Jumlah pasar tradisional ini tidak mengalami peningkatan sejak tahun 2004. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bogor (2007) mencatat bahwa pertumbuhan pasar tradisional tidak mengalami peningkatan sedangkan pasar moderen yang dikelola oleh swasta mengalami peningkatan yang cukup signifikan, dimana pada tahun 2003 hanya terdapat satu buah pasar moderen, namun saat ini telah berkembang menjadi tujuh buah pasar moderen. Pertumbuhan minimarket mengalami perkembangan yang sangat cepat, ditunjukkan dengan adanya peningkatan jumlah, yaitu pada tahun 2003 berjumlah 24 unit, menjadi 160 unit pada tahun 2007 atau bertambah sebesar 566,67%.

Selain dari tidak adanya pertumbuhan dalam jumlah pasar tradisional, PD Pasar Tohaga menghadapi kondisi sarana dan prasarana pasar tradisional yang cukup memprihatinkan. Dari 24 unit pasar yang ada, hampir seluruh unit mengalami rusak berat maupun rusak ringan. Perbaikan-perbaikan telah dilaksanakan, namun karena banyaknya unit yang rusak, perbaikan belum seluruhnya selesai.

Permasalahan lain yang membutuhkan perhatian adalah sarana kebersihan yang kurang memadai seperti truk pengangkut sampah, dan rusaknya saluran drainase di areal pasar. Kendaraan pengangkut sampah yang mengalami rusak berat sebanyak dua buah dan 13 buah lainnya dalam kondisi rusak ringan. Permasalahan yang harus diselesaikan oleh PD Pasar lainnya yaitu kurangnya





jaringan listrik pasar, dan maraknya pedagang kali lima. Sementara dari sisi keuangan, dengan penyertaan modal sebesar Rp. 5.000.000.000,- (lima milyar rupiah) per tahun dari Pemerintah Kabupaten Bogor, di tahun 2007 lalu kinerja keuangan PD Pasar Tohaga masih mengalami kerugian sebesar Rp. 3.444.013.193,- (tiga milyar empat ratus empat puluh empat juta tiga belas ribu seratus sembilan puluh tiga rupiah) (PD Pasar Tohaga, 2008).

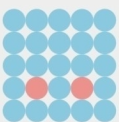
Permasalahan selanjutnya dalam pengelolaan pasar tradisional di Kabupaten Bogor adalah banyaknya jumlah kios dan los yang tutup. Dari 8.766 kios yang ada, 6.133 atau 69,96% kios buka dan 2.633 atau 30,04% kios tutup, sedangkan dari 4.933 los yang ada, 2.791 atau 56,58% los buka dan sisanya 2.142 atau 43,42% los tutup (PD Pasar Tohaga, 2008). Kondisi kios dan los yang tutup ini disebabkan karena sejak awal kios dan los tersebut tidak terjual (tidak ada pembeli) serta adanya kios dan los yang dengan sengaja ditutup atau ditinggalkan oleh pemiliknya.

Berdasarkan uraian di atas, maka dianggap perlu untuk melakukan kajian yang lebih mendasar dengan mengurai beberapa aspek yang menjadi pertimbangan dalam pengembangan pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor. Kajian tersebut diharapkan dapat menjadi pelengkap dalam pengambilan kebijakan pihak manajemen PD Pasar Tohaga dalam mewujudkan pasar tradisional yang baik sesuai dengan yang diharapkan.

1.2. Rumusan Masalah

Permasalahan yang dianalisis adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana persepsi pelanggan dan pengelola terhadap pengelolaan dan pelayanan PD Pasar Tohaga?



- b. Faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang mempengaruhi PD Pasar Tohaga dalam pengembangan pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor?
- c. Pilihan strategi apa saja untuk pengembangan pengelolaan pasar yang dapat diterapkan oleh PD Pasar Tohaga?
- d. Strategi prioritas apa untuk diimplementasikan oleh PD Pasar Tohaga dalam pengembangan pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk menganalisis strategi pengembangan pengelolaan pasar yang dilakukan PD Pasar Tohaga, sedangkan secara spesifik/khusus penelitian ini bertujuan :

- a. Menganalisis persepsi pelanggan dan pengelola terhadap pengelolaan dan pelayanan PD Pasar Tohaga.
- b. Menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi PD Pasar Tohaga dalam pengembangan pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor.
- c. Merumuskan pilihan strategi pengembangan pengelolaan pasar yang dapat diterapkan oleh PD Pasar Tohaga.
- d. Merumuskan prioritas strategi dalam pengembangan pengelolaan pasar untuk diimplementasikan oleh PD Pasar Tohaga di Kabupaten Bogor.

1.4. Manfaat Penelitian

Diharapkan dari penelitian ini akan diperoleh manfaat sebagai berikut :

- a. Sebagai sumbangan pemikiran kepada PD Pasar Tohaga dalam menentukan strategi pengembangan pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor.

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.

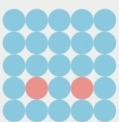


- b. Bagi Peneliti akan diperoleh pengetahuan ilmiah dan pengalaman praktis tentang bagaimana menentukan strategi pengembangan pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor.
- c. Bagi pendidikan, diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai acuan (*benchmark*) dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidangnya demi pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni (IPTEKS).

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

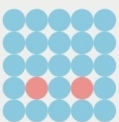
Penelitian ini dibatasi dalam ruang lingkup manajemen strategi terutama dalam merumuskan strategi pengembangan pengelolaan pasar di Kabupaten Bogor pada tingkat *corporate*. Saat ini PD Pasar Tohaga melakukan pengelolaan terhadap 24 unit pasar tradisional di Kabupaten Bogor yang tersebar di 23 Kecamatan. Unit pasar dipimpin oleh seorang kepala pasar yang diangkat dan bertanggung jawab langsung kepada Direktur Utama PD Pasar Tohaga. Tugas kepala pasar adalah melaksanakan kebijakan PD Pasar Tohaga dan mengendalikan operasional pasar di tingkat unit pasar. Pengambilan sampel lokasi unit pasar pada penelitian ini tidak mencakup seluruh unit pasar. Pemilihan lokasi unit pasar berdasarkan kelas pasar, yaitu pasar kelas I, pasar kelas II dan pasar kelas III, dimana setiap kelas pasar diwakili oleh minimal satu unit pasar. Pengambilan sampel lokasi unit pasar mempertimbangkan ketersediaan dan kemudahan dalam memilih responden serta kemudahan dalam menjangkau lokasi pasar.

© Hak cipta milik IPB, tahun 2009



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.



Penelitian ini tidak mencakup pengelolaan pasar desa, pasar moderen swasta dan pasar ritel lainnya yang pengelolaannya bukan menjadi tanggung jawab PD Pasar Tohaga. Pasar desa berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 42 Tahun 2007 tentang Pengelolaan Pasar Desa, adalah pasar tradisional yang berkedudukan di desa dan dikelola serta dikembangkan oleh pemerintah desa dan masyarakat desa. Pengelolaan pasar desa ini diluar kewenangan dari PD Pasar Tohaga. Jumlah pasar desa di Kabupaten Bogor sebanyak 34 unit yang tersebar di desa-desa di wilayah Kabupaten Bogor. Pasar desa hanya melayani masyarakat di sekitar desa mengingat lokasi pasar desa yang berada di tempat terpencil dan tidak beroperasi setiap hari. Sementara pasar moderen merupakan pasar dengan pengelolaan secara moderen yang dibangun dan dikelola oleh pihak swasta. Jumlah pasar moderen di Kabupaten Bogor saat ini sebanyak 160 unit berbentuk *minimarket* dan 7 unit berbentuk *hypermarket*.

Sumber data untuk analisis persepsi pelanggan pada penelitian ini hanya terbatas pada responden pembeli dan pedagang pasar sebagai pelanggan akhir dari PD Pasar Tohaga, sedangkan *stakeholders* lainnya dari PD Pasar Tohaga tidak termasuk dalam analisis persepsi pelanggan, mengingat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya. Demikian pula dengan responden untuk analisis persepsi pengelola yang tidak mengambil seluruh karyawan lapangan yang berada di unit pasar tetapi hanya meliputi Direksi, Badan Pengawas, Kepala Bidang, karyawan pada kantor pusat PD Pasar Tohaga dan perwakilan kepala pasar.

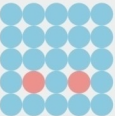
Metode analisis persepsi pelanggan dan pengelola pasar merupakan analisis tingkat kinerja dan tingkat harapan. Hasil dari analisis tersebut dimaksudkan untuk mewarnai dan melengkapi pilihan strategi yang didapat dari

hasil analisis internal eksternal. Hasil dari penelitian merupakan evaluasi, sedangkan penerapannya diserahkan sepenuhnya kepada manajemen perusahaan yang bersangkutan.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2009



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

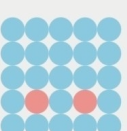
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB

Untuk Selengkapnya Tersedia di Perpustakaan MB-IPB



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.