

**MANAJEMEN STRATEGI DALAM PELAYANAN PEDAGANG PASAR  
TRADISIONAL**

**(Studi di Pasar Gede Landungsari)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh**

**Gelar Sarjana Administrasi Publik**



**OLEH:**

**AFRIANA NENSI**

**2018210201**

**KOMPETENSI MANAJEMEN PUBLIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI**

**MALANG**

**2022**

## Ringkasan

Pasar tradisional ialah tempat bertemunya penjual dan pembeli dan dipisahkan oleh pertukaran pedagang dan pembeli langsung dan biasanya ada siklus tawar-menawar. Dengan pasar tradisional, orang akan sangat senang dimana pasar menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dan tentunya harganya juga lebih murah. Eksekutif termasuk pengorganisasian dan pengelolaan yang dibuat oleh orang lain, sehingga pekerjaan dapat diselesaikan dengan mahir dan benar. Penelitian ini berencana untuk memutuskan bagaimana metodologi administrasi bagi pedagang pasar adat di pasar Gede Landungsari. Selanjutnya untuk mengetahui unsur penghambat dan penunjang administrasi vital dalam pendampingan pedagang pasar adat di pasar Gede Landungsari. Jenis strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik subjektif. Metode pengumpulan informasi adalah wawancara, persepsi, dan dokumentasi. Instrumen yang digunakan adalah ilmuwan itu sendiri. Teknik pemeriksaan informasi meliputi: pengurangan informasi, tampilan informasi, dan penarikan akhir. Berdasarkan hasil penelitian di pasar gede landungsari dapat diketahui bawah manajemen strategi dalam pelayanan pedagang pasar tradisional di pasar gede landungsari telah menerapkan sesuai konsep pelayanan prima yang didukung oleh fasilitas pasar seperti kios dan toilet yang bersih dan layak. Faktor penghambatnya yaitu minimnya keterlibatan pedagang dalam pertemuan akhir bulan. Dan pendukungnya adalah penyediaan fasilitas pasar baik sarana maupun prasarana yang menunjang kegiatan perdagangan.

**Kata kunci: Manajemen Strategi, Pelayanan Pedagang, Pasar Tradisional**

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pasar tradisional ialah tempat di mana penjual dan pembeli bertemu dan dipisahkan oleh pertukaran langsung dan biasanya ini diselesaikan dengan kesepakatan. Dengan hadirnya sektor bisnis konvensional, individu akan sangat senang dimana pasar menyediakan berbagai kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dan tentunya harganya juga lebih murah.

Seiring dengan perkembangan dunia, telah membawa perubahan pada contoh keberadaan manusia, terutama pada kebutuhan masyarakat. Dengan penambahan penduduk akan mempengaruhi jumlah kantor keuangan negara. Khususnya dalam memenuhi kebutuhan keluarga/keluarga untuk memenuhi kebutuhan pasar setempat, merupakan sarana/tempat sebagai salah satu kantor berkumpulnya pedagang dan pembeli. Bagi masyarakat sekitar, pasar merupakan tempat/kompartemen untuk berkumpulnya orang dan orang yang berbeda.

Pasar tradisional ialah pasar yang berperan penting dalam memajukan pembangunan keuangan di Indonesia dan menikmati karakteristik manfaat yang serius. Kehadiran pasar adat ini sangat bermanfaat, baik bagi pemerintah daerah atau pusat maupun bagi masyarakat yang menggantungkan hidupnya dalam kegiatan jual beli, mengingat di sektor bisnis konvensional banyak terdapat para entertainer yang memiliki dampak dan usaha yang signifikan. Untuk kesuksesan hidup mereka, baik itu pedagang, pembeli, buruh panggul dan lain-lain. dan seterusnya.

Menyinggung peraturan dan pedoman penyelenggaraan kota, khususnya Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2014 bahwa BUMDes adalah landasan moneter kota yang berperan penting dalam memahami bantuan pemerintah jaringan kota dan pemerintah kota, dengan BUMDes pemerintah kota. dan jaringan kota dapat menyelidiki berbagai kemungkinan yang ada. BUMDes sebagai substansi yang sah dibingkai dengan peraturan dan pedoman terkait, jenis BUMDes dapat berfluktuasi di setiap kota Di Indonesia, struktur yang berbeda ini sesuai dengan kualitas lingkungan, potensi, dan aset yang dimiliki setiap kota. Jadi BUMDes merupakan andalan pergerakan moneter di kota yang berkemampuan sebagai lembaga sosial dan bisnis,

BUMDes adalah yayasan yang condong pada kepentingan daerah melalui penambahan penataan administrasi sosial, sedangkan bisnis berarti mencari keuntungan melalui menawarkan aset terdekat (tenaga kerja dan produk) ke pasar.

Desa landungsari adalah salah satu pemerintahan yang berada di landungsari yang terletak di jalan tirta, Kec. Dau Kab. Malang. Yang mempunyai pasar tradisional masih aktif, pasar yang ada di desa landungsari ini, beroperasi satu kali dalam seminggu dengan hari yang tetap. Pasar tersebut dijadikan sebagai tempat pusat perekonomian oleh masyarakat setempat. Pasar ini dikelola oleh pemerintah desa landungsari ( BUMDes).

Pada mengupayakan manajemen mengikutsertakan kegiatan yang terkoordinasi dan diawasi oleh orang lain, dengan tujuan agar pekerjaan dapat diselesaikan secara produktif dan nyata.

Berdasarkan pengamatan awal oleh peneliti, ditemukan beberapa permasalahan dilapangan yaitu kurangnya strategi pengelola pasar kepada pedagangnya sehingga pasar tidak dikelolah dengan baik dalam hal manajemen pelayanan yang diberikan pedagangnya. Karena Manajemen strategi sebagai fondasi dasar atau pedoman dalam mengambil sebuah keputusan dalam sebuah organisasi. Untuk itu dalam manajemen strategi pengelola pasar ke pedagangnya perlu diperhatikan lagi terkait proses pelayanan yang dilakukan kepada masyarakat atau para konsumen.

Berdasarkan pada permasalahan atau fenomena penelitian sebelumnya dan penelitian sekarang , sehingga peneliti ingin lebih mendalami **“Manajemen Strategi Dalam Pelayanan pedagang Pasar Tradisional “**.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari pemaparan diatas, akhirnya peneliti merumuskan masalahnya yaitu :

1. Bagaimana manajemen strategi pengelolaan pedagang pada pasar tradisional di pasar gede landungsari?
2. Apa saja yang menjadi faktor penghambat dan pendukung manajemen strategi dalam pelayanan pedagang pasar tradisional di pasar gede landungsari?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan perumusan masalah yang di tulis oleh peneliti, sehingga riset berikut mempunyai tujuan:

1. Untuk mengetahui bagaimana manajemen strategi pengelolaan pedagang pada pasar tradisional di pasar gede landungsari.
2. Untuk mengetahui faktor penghambat dan pendukung manajemen strategi dalam pelayanan pedagang pasar tradisional di pasar gede landungsari.

## **D . Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan melalui riset berikut peneliti bisa menerapkan teori-teori yang sudah diperoleh dari bangku kuliah serta dari lapangan dan bisa menambah pengetahuan baru buat peneliti dalam penerapan teori-teori perihal manajemen strategi dalam pelayanan pedagang pasar tradisional.

### **2. Manfaat Praktis**

Riset ini sebagai bentuk acuan Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang buat menunjang dalam berbagi keilmuan serta bisa menambah wawasan bagi unit pengelola pasar dan juga para pedagang yang ada terkait manajemen strategi dalam pelayanan pedagang pasar tradisional di pasar gede landungsari.

## REFERENSI

### Buku

- Kasmir. 2017. Customer Service Excellent. PT Raja Grafindo Persada. Depok.
- Malano,H. 2011.Selamatkan Pasar Tradisional. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mukarom Zaenal,M.W.(2018).Manajemen Pelayanan Publik. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Pasolong, H. (2017). Teori Administrasi Publik. Bandung: Alfabeta.
- Rohman, A. (2017). Dasar-dasar Manajemen. Malang: Inteligensi Media.
- Prasojo, L.D. (2018). Manajemen Strategi. UNY Press: Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2015. Riset Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sofyan, Iban. (2015). Teknik penyusunan manajemen strategi pemerintah dan usaha. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Taufiqurokhman. (2016). Manajemen Strategik. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Dr. Moestopo Beragama.
- Wheelen, Thomas L., Hunger, J. David, (2010) Strategic Management and Business Policy Achieving Sustainability. Twelfth Edition. Pearson
- Yunus, Eddy. (2016). Manajemen Strategis. CV. ANDI Offset: Yogyakarta.

### Undang-Undang

- Undang-Undang yang mengatur tentang desa No. 6 Tahun 2014 bahwa Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) merupakan suatu lembaga perekonomian desa yang memiliki peran penting dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat desa dan pemerintahan Desa.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan kemudian diatur lebih lanjut yaitu dalam Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
- perundang-undangan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dalam keputusan No.63 tahun 2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan.

### Jurnal

Juliadi, Dede, Suwaib Amiruddin, and Abdul Hamid. Manajemen Strategi Pengelolaan Ketertiban Pasar Baru Kota Cilegon. Diss. FISIP Untirta, 2012.

MASITOH, Eis Al. Upaya Menjaga Eksistensi Pasar Tradisional: Studi Revitalisasi Pasar Piyungan Bantul. Jurnal PMI, 2013, 10.2: 63-78.

Superti, I. (2017). Analisis Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional Guna Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kecil Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).