

## INTISARI

Pasar tradisional sebagai tempat bertemunya pembeli dan pedagang merupakan tempat berjualan yang telah lama dikenal oleh masyarakat Indonesia. Dalam perkembangannya kemudian dikenal adanya pasar modern. Persepsi masyarakat akan pasar tradisional yang tidak teratur, kotor dan tidak nyaman merupakan alasan mengapa pembeli tidak datang ke pasar tradisional dan lebih memilih pasar modern untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah pengunjung telah merasa puas atas layanan yang diberikan oleh pengelola pasar Demangan, alasan apa yang membuat mereka datang dan berbelanja di pasar tradisional serta pasar modern, apakah kebijakan yang dilakukan oleh Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta telah sesuai dengan keinginan pembeli dan pedagang, analisis industri ritel terhadap pasar Demangan serta merumuskan strategi yang tepat untuk pasar tradisional.

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap responden pengunjung pasar Demangan, melakukan diskusi melalui *focused group discussion* kepada kelompok pedagang dan melakukan wawancara terhadap pengelola pasar Demangan serta beberapa pejabat di lingkungan Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta. Alat analisis yang digunakan adalah analisis kepuasan konsumen dengan metode *servqual*, analisis perilaku konsumen, analisis kebijakan pemerintah, analisis industri ritel yaitu dengan analisis *five forces*, *driving forces*, kebijakan pemerintah, *value chains* dan *value disciplines*. Dari beberapa alat analisis tersebut kemudian ditarik simpulan untuk melakukan formulasi strategi tentang pengembangan pasar tradisional.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa responden belum puas akan kinerja pengelola pasar Demangan karena tidak nyaman dan tidak teratur, namun mereka tetap datang ke pasar tradisional karena adanya sistem tawar menawar yang tidak dijumpai di format ritel lainnya. Atas hasil tersebut, penulis menyarankan pengelola untuk memberikan prioritas kepada bangunan fisik serta optimalisasi lahan dan kawasan pasar, pembinaan pedagang serta segera dibuat aturan mengenai zonasi.

Kata kunci: strategi pengembangan, pasar tradisional, pasar modern, ritel, *customer satisfaction*, *servqual*, *five forces*, *driving forces*, *value chains*, *value disciplines*

## ABSTRACT

*Traditional market is a place for buyers and sellers to meet which has been recognized by Indonesian society. Then public recognize modern markets. Public perception, traditional markets are disorganized, dirty and uncomfortable, being reasons why buyers are not coming to traditional markets and prefer come to modern markets to buy their daily needs.*

*The purpose of this study is to see the customer satisfaction with the services provided by the management of pasar Demangan, reasons to come and buy at traditional markets and modern markets, whether the policies determined by Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta suit with the desires of buyers and sellers in traditional markets, conduct retail analysis to pasar Demangan and to formulate appropriate strategies for traditional markets.*

*Research conducted by distributing questionnaires to the respondents, visitors of pasar Demangan, conducted discussions through the focused group discussions to the group of sellers and conducted interviews to lurah pasar Demangan as well as some officials in Dinas Pengelolaan Pasar Kota Yogyakarta. The analysis tools were used such as analysis of consumer satisfaction by servqual method, consumer behavior analysis, government policy analysis, analysis of the retail industry by analyzing five forces, driving forces, government regulation, value chains and value disciplines. From several analysis tools were then drawn to the conclusion a formulation of development strategies of traditional markets.*

*The results of reasearch said that respondents have not satisfied of performance of management in pasar Demangan because it is uncomfortable and disorganized, but they still come to traditional markets because of the bargaining system that is not found in other retail formats. On these results, the author suggests management has to give priority to physical building and optimizing land use and market area, coaching sellers and immediately make zoning rules.*

*Keywords: development strategy, traditional markets, modern markets, retail, customer satisfaction, servqual, five forces, driving forces, value chains, value disciplines*