

ABSTRAK

(Strategi Pengembangan dan Peningkatan fungsi Pasar Induk Gedebage Bandung) oleh CUT ARIEF PUTEH Pembimbing : Drs Dudi Sudradjat MT

Penelitian “ Strategi Pengembangan dan Peningkatan Fungsi Pasar Induk Gedebage Bandung “ dimaksudkan untuk menyediakan informasi tentang faktor – faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi secara langsung atau tidak langsung terhadap pertumbuhan dan perkembangan Pasar Induk dan menyediakan konsep strategi dimasa yang akan datang dalam rangka memberdayakan potensi Pasar Induk dan mengembangkan menjadi Pasar Induk yang berfungsi secara normal dan lebih dari itu, dimasa mendatang dapat dikembangkan menjadi Pasar Induk Terpadu.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan Pasar Induk Gedebage serta fungsi secara normal dan dapat bersaing dengan Pasar Induk serupa di Kota Bandung. (2) Untuk menyusun alternatif strategi yang lebih tepat dalam meningkatkan Pasar Induk. Sumber data yang digunakan adalah data Primer dan data Sekunder. Data Primer diperoleh dengan cara melakukan wawancara tidak terstruktur dengan manajemen Dinas Pasar Kota Bandung, Unit Pelaksana Teknis Pasar Induk Gedebage, PIG, pedagang dan konsumen serta pihak-pihak yang berkompeten lainnya melalui riset lapangan, dan data sekunder diperoleh dengan cara riset pustaka atau mempelajari data / informasi dari Dinas/Lembaga terkait.

Analisis yang digunakan adalah Analisis SWOT, Analisis SPACE dan Analisis AHP.

Analisis SWOT adalah menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi ancaman, peluang, kekuatan dan kelemahan manajemen pengelola pasar induk termaksud.

Analisis SPACE digunakan untuk mempertajam analisis, sehingga Dinas Pasar bersama dengan Unit pelaksana Pasar Induk Gedebage dapat melihat posisi dan perkembangan selanjutnya.

Analisis AHP digunakan untuk pengambilan keputusan dengan mengkombinasikan perhitungan dan nilai-nilai pribadi dan atau intuisi secara logis.

Dari penelitian dan analisis diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Perkembangan Pasar Induk Gedebage Bandung sangat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, meliputi :
Tingkat kemampuan SDM pengelola dan pedagang, sarana dan prasarana, pesaing, pemasok, konsumen, sosial budaya dan ekonomi lokasi tata ruang dan kebijakan pemda kota Bandung
2. Kekuatan internal Pasar Induk Gedebage yang terbesar adalah letaknya yang sangat strategis untuk wilayah Timur kota Bandung dan luas lahan yang cukup memadai sekitar 12,7 Ha, serta jumlah tempat usaha (kios/los) sebanyak 1055 buah. Demikian juga sarana dan prasarana penunjang telah tersedia namun belum terpelihara dan berfungsi secara maksimal.
3. Sedangkan kelemahan internal yang sangat dominan antara lain adalah

- kemampuan Pengelola dan Pedagang Pasar Induk Gedebage belum profesional karena SDM yang relatif rendah, disamping kondisi keamanan dan kenyamanan berbelanja belum terjamin serta harga tidak bersaing.
4. Peluang yang sangat besar adalah meningkatnya jumlah pedagang kecil dan menengah yang berjualan di warung / toko dilingkungan pemukiman baik dikota Bandung maupun luar kota Bandung
 5. Sedangkan faktor ancaman yang terbesar adalah kegiatan Pemasok komoditi tertentu kadang-kadang langsung kepada pelanggan di warung atau toko di wilayah pemukiman dan meningkatnya tuntutan konsumen terhadap pelayanan seiring dengan berubahnya selera konsumen pada era informasi dan globalisasi.
 6. Hasil analisis dengan menggunakan analisis SWOT, Analisis SPACE dan Analisis AHP, maka alternatif strategi yang direkomendasikan adalah strategi Turn Around/penyehatan, meliputi :
 - a. Merenovasi bangunan pasar dan menata lingkungan pasar.
 - b. Melengkapi fasilitas pasar seperti area perparkiran, sub terminal, rumah makan/restoran yang representatif dan mengfungsikan sarana dan prasarana penunjang yang telah ada secara optimal.
 - c. Meningkatkan SDM pasar baik pengelola maupun pedagang.
 - d. Defersifikasi usaha, misalnya membangun pertokoan untuk jenis perdagangan sandang, elektronik dan lainnya sesuai dengan kebutuhan pasar.
 - e. Meningkatkan keamanan dan nyaman serta pelayanan yang prima bagi konsumen.
 - f. Menempatkan ahli pemasaran atau konsultan pada Pasar Induk Gedebage.
 - g. Efisiensi biaya di segala bidang untuk meningkatkan pemasukan PAD kota Bandung.