

ABSTRAK

Muh. Ashar, 2023. *“Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang (Studi Kasus Pasar Belawa Baru Kecamatan Malangke)”* Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Rismayanti.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Kepuasan Pedagang serta Bagaimana strategi yang tepat pendekatan analisis SWOT terhadap strategi pengelolaan pasar tradisional dalam meningkatkan kepuasan pedagang dan konsumen di Pasar Belawa Baru Kecamatan Malangke.

Metode Penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif dan metode Min-Max didasarkan pada observasi fisik atau melalui pencatatan dalam sistem akuntansi. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam terhadap informan. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknis Analisis SWOT yang berisi kolaborasi antara faktor internal dan eksternal perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Strategi pengelolaan dari analisis SWOT ada empat yakni, Strategi SO : meningkatkan renovasi dan revitalisasi yang ada di Pasar Belawa Baru Kecamatan Malangke setiap tahunnya, meningkatkan dan mempertahankan kebersihan lingkungan pasar dan pelayanan guna mempertahankan pelanggan. Strategi WO : memberikan pengarahan kepada pedagang agar dapat memilah sampah dan menjaga kebersihan, kerjasama antara kantor pengelola, pedagang, dan koperasi dalam peminjaman dana modal. Strategi ST : menjaga kualitas dagangan dan kebersihan pasar serta bersaing dengan harga yang lebih murah dengan memperluas pemasok di Pasar Belawa Baru Kecamatan Malangke. Strategi WT

: Melakukan pengarahan kepada pelaku usaha dalam segi pengetahuan pengelolaan barang yang ditawarkan, kreatifitas penataan produk dan menjalin hubungan baik dengan pelanggan.

Kata Kunci : Analisis SWOT, Strategi Pengelolaan, Pasar Tradisional, Kepuasan Pedagang dan Konsumen.