

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEKTOR INFORMAL

(Studi Empirik Pedagang Kaki Lima di Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Oleh:

ROBBY ANGGRIAWAN
B. 100 070 088

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEKTOR INFORMAL

(Studi Empirik Pedagang Kaki Lima di Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta)

Yang ditulis oleh

ROBBY ANGGRIAWAN

B. 100 070 088

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Oktober 2011

Pembimbing Utama

(Anton Agus Setyawan, SE, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ROBBY ANGGRIAWAN**
NIRM : **07.6.106.02016.50088**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN**
: **SEKTOR INFORMAL (Studi Empirik**
: **Pedagang Kaki Lima di Pasar Klitikan**
: **Notoharjo Surakarta)**
:
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

OKTOBER 2011

Surakarta,.....

Yang membuat pernyataan,

ROBBY ANGGRIAWAN
.....

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka Apabila telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.

(Qs. Al Insyirah : 6-8)

*Sesungguhnya hari kemarin adalah impian yang telah berakhir dan berlalu,
hari esok adalah cita-cita yang indah
sedangkan hari ini adalah kenyataan yang harus dihadapi
Maka hitung-hitunglah amalmu sebelum datang hari yang telah ditetapkan-Nya
(La Tahzan)*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada

- 1. Bapak dan ibu yang selalu memberikan dorongan dan doa restu untuk keberhasilanku dalam menyelesaikan skripsi ini.*
- 2. Kakak-kakakku tercinta "Dody & Rully", adikku tersayang "Rendy" atas semua dukungannya*
- 3. Sahabat-sahabatku: Benny, Arif, Jamal, Ricko, Ari, Yoga, Sholihin dan Mas Maryadi (Semoga persahabatan kita kan abadi selamanya)*
- 4. Almamaterku*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Dalam menyusun skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak untuk itu dengan kerendahan hati penulis menghaturkan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus Setyawan, SE, M.Si, selaku pembimbing, petunjuk dan pengarah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Agus Muqorobin, SE, MM, selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Farid Wajdi, SE. MM, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan dorongan demi kesuksesan akademik penulis di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal, ilmu, bimbingan, dan membantu kelancaran penulis selama studi.
6. Bapak Marsono, selaku Lurah Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta yang telah memberikan ijin untuk penelitian sehingga melancarkan penulis dalam pengumpulan data.

7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
8. Bapak dan ibu atas segenap restu, untaian doa serta dukungan moril, spirituil, maupun materi yang selalu memacu putra-putrinya dalam meraih harapan dan impiannya.
9. Abahe Affan di “El-Hakiem.Com” yang telah membantu dalam penyusunan laporan akhir ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan dukungan, dan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini penulis yakin dukungan itu tanpa pamrih apaun.

Semoga Allah SWT membalas jasa serta budi baik kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Tanpa bermaksud mengecilkan arti bantuan yang telah diterima penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini terdapat kekurangan-kekurangan. Harapan penulis, semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi perkembangan ilmu manajemen oleh karena itu penulis dengan senang menerima kritik serta saran yang sifatnya membangun dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, Oktober 2011

Penulis

ROBBY ANGGRIAWAN

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Skripsi	5
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	7
1. Pengertian Pemasaran	7

2. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
3. Konsep Pemasaran	9
4. Unsur Utama Pemasaran	10
B. Sektor Informal	13
1. Pengertian Sektor Informal	13
2. Ciri-ciri Sektor Informal	15
3. Perbedaan Sektor Formal dengan Informal	15
C. Strategi Pemasaran	17
1. Pengertian Strategi Pemasaran	17
2. Analisis Lingkungan Pasar	18
3. Perilaku Pembeli.....	19
4. Segmentasi Pasar	28
5. Target Pasar	32
6. Strategi Pemasaran	33
D. Kajian Penelitian Terdahulu.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran	39
B. Populasi dan Sampel	26
C. Definisi Operasional dan Indikator Variabel	40
D. Data dan Sumber Data	41
E. Metode Pengumpulan Data	42
F. Instrumen Penelitian	43
G. Metode Analisis Data	44

BAB	IV	PELAKSANAAN PENELITIAN	
	A.	Gambaran Umum Pasar Klitikan Notoharjo	45
	1.	Sejarah dan Latar Belakang Didirikan Pasar Klitikan Notoharjo	45
	2.	Visi dan Misi	48
	3.	Struktur Organisasi	47
	4.	Kondisi Fisik	47
	B.	Analisis Data	48
	1.	Analisis Instrumen Penelitian	48
	2.	Analisis Crosstab	49
	C.	Pembahasan	58
BAB	V	PENUTUP	
	A.	Kesimpulan.....	60
	B.	Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Perbedaan Sektor Formal dan Sektor Informal	17
Tabel IV.1 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel IV.2 Hasil Crosstab Strategi Penetapan Harga	50
Tabel IV.3 Hasil Crosstab Strategi Originalitas Produk	50
Tabel IV.4 Hasil Crosstab Strategi Inovasi Produk	52
Tabel IV.5 Hasil Crosstab Strategi Penguasaan Pasar Sasaran	52
Tabel IV.6 Hasil Crosstab Strategi Penguasaan Lembaga Pasar	52
Tabel IV.7 Hasil Crosstab Strategi Penguasaan Geografis Pasar	53
Tabel IV.8 Hasil Crosstab Strategi Ukuran Ukuran Baru	54
Tabel IV.9 Hasil Crosstab Strategi Kemasan Baru	54
Tabel IV.10 Hasil Crosstab Strategi Bahan Baru	55
Tabel IV.11 Hasil Crosstab Strategi Komposisi Baru	56
Tabel IV.12 Hasil Crosstab Strategi Membuka Cabang Baru	56
Tabel IV.13 Hasil Crosstab Strategi Membuka Pasar Baru	57

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar II.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkah Laku	
	Konsumen	20
Tabel III.1	Kerangka Pemikiran	39
Tabel IV.1	Struktur Organisasi	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Uji Crosstab
- Lampiran 5 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 6 Surat Keterangan Penelitian

ABSTRAKSI

ROBBY ANGGRIAWAN. NIM: B.100.070.088. ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SEKTOR INFORMAL (Studi Empirik Pedagang Kaki Lima di Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta). Skripsi. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2011.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan oleh pedagang kaki lima di Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta.

Populasi adalah pedagang kaki lima di Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta yang berjumlah 989 pedagang. Sampel penelitian sebanyak 100 orang dengan pertimbangan 10% dari total populasi yang berjumlah 989 adalah 98,9 atau 100 orang.

Hasil penelitian setelah dilakukan analisis crosstab, menunjukkan bahwa: (1) Strategi pemasaran Pedagang Kaki Lima di Pasar Klitikan Notoharjo Surakarta meliputi strategi pemasaran: market penetration, market extension, pengembangan produk dan diversifikasi produk. (2) Strategi pemasaran yang tepat diterapkan adalah strategi originalitas produk, dimana para Pedagang Kaki Lima menyediakan berbagai produk original untuk semua barang yang ditawarkan kepada konsumen. (3) Strategi pemasaran yang kurang tepat ditetapkan adalah strategi penguasaan pasar sasaran, dimana para Pedagang Kaki Lima tidak perlu menyediakan segmentasi pasar sasaran, karena pihak pengelola pasar sudah menyediakan berbagai kios yang berisi beranekaragam barang dan jasa sehingga kemungkinan pasar sasaran sudah cukup tersedia

Kata Kunci: strategi pemasaran, sektor informal, pedagang kaki lima