

Abstrak

Pasar Kontemporer Sarijadi merupakan salah satu pasar tradisional yang direvitalisasi oleh Pemerintah Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan Manajemen Properti di Pasar Kontemporer Sarijadi serta menganalisa masalah yang terjadi pada pengelolaan pasar tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Analisis faktor eksternal dilakukan dengan menggunakan teori analisis PEST yaitu dengan mengkaji bagaimana faktor politik, ekonomi, sosial, dan teknologi memengaruhi jalannya kegiatan bisnis di Pasar Sarijadi. Pertama, dari sisi politik yakni ketentuan RTRW Kota Bandung, lokasi Pasar Sarijadi tidak berada dalam area perdagangan dan berada di lokasi yang kurang strategis. Kedua, dari sisi sosial dan budaya yaitu masyarakat sekitar lebih memilih untuk berbelanja di Pasar Cibogo yang merupakan pesaing dari Pasar Sarijadi. Dari sisi ekonomi, angka jumlah pengeluaran masyarakat Kota Bandung yang cukup tinggi menunjukkan kondisi ekonomi masyarakatnya yang cenderung stabil sehingga dapat menjadi peluang bagi Pasar Sarijadi untuk aktif kembali. Dari sisi teknologi, dengan jumlah pengguna internet yang besar dapat menjadi peluang bagi pengelola Pasar Sarijadi untuk mengencarkan kegiatan promosi dan pemasaran di media sosial.

Kata kunci: Manajemen Properti, Revitalisasi, Pasar Tradisional.

Abstract

Sarijadi Contemporary Market is one of the traditional markets that revitalized by the Bandung City Government. This study aims to determine the implementation of Property Management in the Sarijadi Market and analyze the problems that occur in the management of the market. Data collection techniques are carried out by interviews, observations and literature studies. External factor analysis is done by using PEST analysis theory. This analysis was conducted for examining how political, economic, social, and technological factors affect the course of business activities in Sarijadi Market. From a political point of view, regulation of spatial plans and zoning room (RTRW) Kota Bandung, the location of Sarijadi Market is not in the trading area and the position of Sarijadi Market is not strategic. Second, from the social and cultural perspective, local people prefer to shop at Cibogo Market, which is a competitor of Sarijadi Market. From the economic side, with a fairly high amount of expenditure of the people of Bandung City shows the economic condition of surrounding people tends to be stable so it can be an opportunity for the Sarijadi Market to be active again. From the technology side, with a large number of internet user in Indonesia can also be an opportunity to intensify promotion on social media.

Keywords: Property Management, Revitalization, Traditional Market.