

Penataan pedagang kaki lima di sekitar kawasan Pasar Anyar Kota Bogor dan upaya pemasaran sosial, xv + 152 halaman, 5 tabel, 9 gambar, 1 grafik, 4 lampiran, 30 buku, 3 penelitian, 1 peraturan daerah, 2 jurnal, wawancara 8 nara sumber

Dimastiko Prahadisasonko, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20286255&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini mendeskripsikan penataan PKL di kawasan Pasar Anyar Kota Bogor dan upaya pemasaran sosial. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Jumlah informan dalam penelitian ini adalah sebanyak 8 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penataan PKL di sekitar Pasar Anyar Kota Bogor dan upaya pemasaran sosial, masih menyisahkan banyak persoalan yang perlu untuk ditindak-lanjuti, menyangkut dengan desain program penataan PKL, implementasi program penataan PKL, dan pengawasan program penataan PKL. Desain program penataan PKL masih jauh dari harapan para PKL. Kondisi dilapangan seperti ini dapat dilihat dari desain program yang belum membuahkan hasil yang optimal yaitu antara lain, Isi program masih mengacu pada peraturan-peraturan yang lama tanpa melihat kondisi atau volume PKL yang begitu banyak serta pertentangan kepentingan antara kepentingan pemerintah daerah sebagai regulator dan para PKL sebagai rakyat yang mempunyai hak untuk hidup. Implementasi program penataan PKL meliputi tahap-tahap pelaksanaan yang lebih merupakan tahap perencanaan atau perumusan arah pemasaran sosial itu sendiri. Tahap ini berkaitan dengan penentuan tujuan pemasaran sosial, penentuan produk sosial, penentuan target adopter dan tenaga pemasaran. Sedangkan dalam hal pengawasan dan pengendalian ternyata banyak menemui kendala yang dihadapi sehingga kegiatan pengawasan dan pengendalian tidak dapat berjalan sesuai dengan harapan Pemda Kota Bogor.

.....This thesis describes the structuring PKL in the area of Bogor City Market Anyar and social marketing efforts. This study is a qualitative research with the type of descriptive research. The number of informants in this study werw as 8 people. The results suggest that social marketing in the organization of PKL around the city of Bogor Anyar Market, still many issues that need to follow-up, comes with the program design structuring the PKL, PKL structuring program implementation, program monitoring arrangement and PKL. PKL structuring program design is still far from the PKL. Field conditions like this can be seen from the design of programs that have not yielded optimal results among other things, content of the program still refers to the rules of time without seeing the condition of so many PKL or volume and conflicts of interest between the interests of local government as regulator and the PKL as the people who have the right to life. PKL program implementation arrangement include phase of implementation is more of a planning or formulation stage direction of social marketing itself. This stage is concerned with determining the purpose of social marketing, social product determination, the determination of the target adopter and marketing personnel. Supervision and controlling of program structuring PKL, there are many obstacles faced so that the activities of supervision and control can not be run in accordance with the Bogor City Government hopes.