

ABSTRAK

Retribusi pasar merupakan salah satu macam sumber penerimaan Daerah yang penting bagi Kabupaten Demak. Hal ini terbukti selama tahun anggaran 2006-2009 realisasi penerimaan retribusi pasar mengalami peningkatan. Namun pada pencapaian targetnya pada tahun 2006 dan 2007 tidak terpenuhi (dimana realisasi penerimaan retribusi pasar tidak mencapai target), yaitu sebesar (-4,83%) dan (-1,14%). Hal ini mengindikasikan terdapat permasalahan didalam kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Demak.

Penelitian ini bertujuan untuk menghitung tingkat efisiensi dan efektivitas penerimaan retribusi pasar, menganalisis kinerja penerimaan retribusi pasar, dan merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Demak.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* (pedagang, petugas pemungut retribusi pasar, dan petugas pengelola pasar Kabupaten Demak) dengan jumlah 50 orang.

Dari perhitungan tingkat efisiensi dan efektivitas pada tahun 2006-2009 diperoleh gambaran bahwa rata-rata kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Demak tidak efektif (0,59%) tetapi efisien (0,05%). Dari analisis matriks SWOT diperoleh empat strategi yaitu, strategi SO adalah memanfaatkan unsur-unsur kekuatan yang dimiliki untuk sebesar-besarnya menangkap peluang yang ada. Strategi ST adalah memanfaatkan unsur-unsur kekuatan yang dimiliki untuk memperkecil dan bila perlu menghilangkan ancaman yang akan dihadapi. Strategi WO adalah strategi yang disusun dalam upaya menyusun perencanaan untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada. Strategi WT yaitu strategi dalam upaya menyusun perencanaan untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang akan datang. Kinerja penerimaan retribusi pasar di Kabupaten Demak memiliki skor total rata-rata tertimbang IFE 2,52 artinya posisi internal DINPERINDAGKOP UMKM Kabupaten Demak memiliki posisi rata-rata terhadap kekuatan dan kelemahan yang ada, sedangkan skor total rata-rata tertimbang EFE sebesar 2,49 yang menunjukkan bahwa faktor eksternal yang mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap peluang dan ancaman yaitu memiliki posisi yang sedang. Oleh karena itu, strategi yang cocok digunakan adalah strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk.

Kata kunci : Kinerja Penerimaan Retribusi Pasar.