

Ringkasan

Ketatnya persaingan dalam *marketplace* dan konsumen yang semakin selektif dalam melihat suatu produk menyebabkan *marketplace* untuk meningkatkan pelayanan dan kualitas produk *marketplace* mereka. Hal ini merupakan permasalahan yang harus diperhatikan oleh pihak perusahaan ataupun UMKM untuk menjaga keberlangsungan usahanya dimasa yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dalam *marketplace*, menganalisis tingkat kepuasan konsumen gula semut Koperasi Semedo Manise Sejahtera pada *e-marketplace*, menganalisis kinerja atribut kepuasan konsumen gula semut Koperasi Semedo Manise Sejahtera yang penting untuk ditingkatkan dan diperbaiki agar sesuai dengan keinginan konsumen, serta mendeskripsikan strategi untuk peningkatan kepuasan konsumen gula semut melalui pemasaran *e-marketplace*.

Metode yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui strategi yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Pengumpulan data dilakukan secara online dengan menyebarkan *google form* kepada para pelanggan yang berbelanja secara online. Dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa 57 persen berjenis kelamin perempuan, 31 persen berumur antara 26-35 tahun, 49 persen sebagai ASN, tingkat pendidikan 60 persen adalah sarjana dan sebanyak 46 persen dengan pendapatan 1 sampai dengan 3 juta rupiah perbulan.

Berdasarkan hasil analisis CSI Tingkat kepuasan konsumen gula semut Koperasi Semedo Manise Sejahtera pada *e-marketplace* sebesar 62,25 persen yang artinya masuk dalam kategori puas, hasil analisis CSI juga menunjukkan bahwa masih terdapat kepentingan atau harapan pelanggan yang belum dapat terpenuhi oleh pihak koperasi. Adapun hal-hal yang perlu dilakukan perbaikan yaitu faktor-faktor yang terdapat pada kuadran A yang memiliki tingkat Kepentingan tinggi dan dengan tingkat kinerja yang masih rendah, sedangkan strategi usulan yang diberikan memfasilitasi kemudahan konsumen dalam memperoleh produk selama 24 jam, memperbaiki kualitas produk disesuaikan dengan tren yang sedang berkembang saat ini, meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dengan peningkatan jaringan komunikasi, dan menjaga cita rasa produk semedo manise dipadupadankan dengan inovasi-inovasi baru dan dengan tetap menjaga kearifan lokal.

Summary

Tight competition in marketplace And increasingly consumers selective in see something product cause marketplace For increase service And quality product their marketplace. This is must problem noticed by company or UMKM for guard continuity his efforts in the future come. Study This aim For know characteristics consumer in marketplace, analyze level satisfaction consumer coconut sugar Cooperative Semedo Manise Sejahtera on e- marketplace , analyzing performance attribute satisfaction consumer coconut sugar Cooperative Semedo Manise Sejahtera which is important For improved And repaired to fit with desire consumers , as well describe strategy For enhancement satisfaction consumer coconut sugar through marketing e-marketplace .

Method used is Customer Satisfaction Index (CSI) for know level satisfaction consumer And Importance Performance Analysis (IPA) for know possible strategy influence level satisfaction consumer. Data collection was carried out online with spread google forms to shopping customers online . From the results study can taken conclusion that 57 percent manifold sex women , 31 percent aged between 26-35 years , 49 percent as ASN, level education 60 percent is bachelor And as much as 46 percent with income 1 to with 3 million rupiah a month .

Based on results CSI analysis Satisfaction levels consumer coconut sugar Cooperative Semedo Manise Sejahtera on the e- marketplace is 62.25 percent , which means enter in category satisfied, results CSI analysis too showing that Still there is interest or hope customers who haven't can fulfilled by cooperative . As for necessary things done repair that is existing factors on quadrant A which has level Interest tall And with level performance still low , meanwhile strategy the proposals given among them facilitate convenience consumer in obtain product for 24 hours, repair quality product customized with moderate trend develop moment this , improve quality service customer with enhancement network communication , and guard product taste Semedo sweet customized with innovations new And with still guard wisdom.