

ABSTRAK

UMKM Salak Cristal merupakan agroindustri yang bergerak pada pengolahan salak menjadi aneka produk olahan salak. UMKM Salak Cristal telah melakukan penjualan secara *offline* dan *online*, akan tetapi belum memperhatikan konsumen serta strategi pemasaran. UMKM Salak Cristal bukanlah satu-satunya produsen pengolah salak di Sleman. Hal tersebut, membuat UMKM Salak Cristal membutuhkan informasi kepuasan konsumen untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat agar mengetahui perubahan kebutuhan konsumen dan mencapai kepuasan konsumen. Oleh karena itu, peneliti perlu menganalisis kepuasan konsumen untuk membantu UMKM Salak Cristal dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Menganalisis karakteristik konsumen keripik salak pada UMKM Salak Cristal di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta; 2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap produk keripik salak pada UMKM Salak Cristal di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta; 3) Menganalisis strategi pemasaran yang dapat dilakukan UMKM Salak Cristal di Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Metode analisis data yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Karakteristik konsumen keripik salak UMKM Salak Cristal yaitu masyarakat yang berdomisili di Yogyakarta dan wisatawan, berjenis kelamin perempuan, berusia 38-47 tahun, memiliki pendidikan akhir sarjana, memiliki pekerjaan pegawai swasta, dan memiliki pendapatan di atas UMK Yogyakarta 2019, 2) Nilai tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut produk keripik salak UMKM Salak Cristal yaitu berada pada kriteria puas, 3) Hasil *segmenting* yang dapat menjadi target pasar UMKM Salak Cristal adalah kelompok konsumen berpendapatan menengah ke atas yang berdomisili di Yogyakarta atau wisatawan, dengan kebutuhan membeli produk untuk oleh-oleh. Strategi yang dapat diterapkan yaitu memperbaiki beberapa atribut yang harus ditingkatkan yaitu variasi rasa, penjualan *online*, promosi *online*, lokasi toko, seragam karyawan, kerapian karyawan, proses pembayaran, *display* sesuai jumlah produk, dan label harga produk.

Kata kunci: Atribut produk, keripik salak, kinerja, kepuasan konsumen, strategi pemasaran.

ABSTRACT

UMKM Salak Cristal is an agro-industry that is engaged in processing salak into various processed salak products. UMKM Salak Cristal have offline and online sales, but haven't consumer noticed and marketing strategies. UMKM Salak Cristal is not the only salak manufacture producer in Sleman. Therefore it makes UMKM Salak Cristal need information on customer satisfaction to develop appropriate marketing strategies to know changes in consumer needs and achieve customer satisfaction. Accordingly, researchers need to analyze customer satisfaction to help UMKM Salak Cristal in developing the right marketing strategy. This study aimed to: 1) Determine the characteristics of consumers salak chips at UMKM Salak Cristal Turi District, Sleman Regency, Yogyakarta; 2) Determine the level of satisfaction with salak chips at UMKM Salak Cristal Turi District, Sleman Regency, Yogyakarta; 3) Determine the marketing strategies that can be do in UMKM Salak Cristal Turi District, Sleman Regency, Yogyakarta. The method of this research are used survey method. The method of this research are used Important Performance Analysis (IPA) and Customer Satisfaction Index (CSI). The results showed that: 1) The characteristics of consumers of salak chips at UMKM Salak Cristal are the people who live in Yogyakarta and tourists, are female, aged 38-47 years, have a bachelor's degree, work as a private employee, and have an income above the UMKM Yogyakarta 2019, 2) Customer satisfaction to salak chips product in UMKM Salak Cristal is on the criterion of satisfaction, 3) Segmenting result that can be a target market UMKM Salak Cristal is a group costumers that have middle to upper income, domiciled in Yogyakarta and tourist, buying product for souvenirs. Product attributes that must be prioritized to be improved are taste variations, sales and online promotions, store locations, employee uniforms, neat-looking employees, payment processing, displays adjust of products, and product price tags.

Keywords: Product attributes, salak chips, performance, consumer satisfaction, marketing strategy.