

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DAN PERUMUSAN
STRATEGI PEMASARAN *PIE* SALAK PONDOH "CHOOBY"
SEBAGAI OLEH-OLEH KHAS KABUPATEN SLEMAN**

INTISARI

Oleh:

RAFIKA PASKI WINASIS

19/446843/TP/12646

Strategi pemasaran berfungsi sebagai alat pengendalian dan sebagai panduan dalam menjalankan pemasaran untuk mencapai tujuan usaha. Bertujuan untuk menentukan target pasar yang tepat dan dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dengan tepat. Chooby merupakan salah satu UMKM yang memanfaatkan salak pondoh sebagai buah khas Kabupaten Sleman yang mengharapkan produknya sebagai produk oleh-oleh khas Kabupaten Sleman, produk tersebut bernama *Pie Salak Pondoh Chooby*. Berdasarkan identifikasi masalah, diketahui bahwa produk ini belum terlalu dikenal. Oleh karena itu, perlu dilakukan perumusan strategi pemasaran yang efektif dan efisien supaya produk lebih dikenal dan dapat bersaing di pasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan konsumen, mengetahui atribut yang menjadi prioritas perbaikan, serta merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan untuk produk *Pie Salak Pondoh Chooby*. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dilakukan analisis menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui atribut yang menjadi prioritas perbaikan, analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) dan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk merumuskan strategi pemasaran.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa tingkat kepuasan konsumen produk *Pie Salak Pondoh Chooby* sebesar 88,075% termasuk kriteria sangat puas, atribut yang menjadi prioritas utama untuk dilakukan perbaikan adalah desain kemasan yang menarik dan edukatif, kualitas kemasan baik, harga sesuai dengan kualitas produk, lokasi penjualan strategis, serta informasi produk pada media sosial Instagram @piesalakchooby jelas dan menarik, serta dihasilkan 9 alternatif strategi dan didapatkan satu strategi yang paling diprioritaskan dengan nilai STAS 7,950 yaitu strategi meningkatkan kualitas media sosial Instagram (desain maupun konten) sebagai media untuk memperkenalkan produk, informasi, dan promosi produk.

Kata kunci: salak pondoh, kepuasan konsumen, strategi pemasaran.

**CONSUMER SATISFACTION ANALYSIS AND MARKETING
STRATEGY FORMULATION FOR “CHOOBY” SALAK PONDOH PIES
AS A FOOD SOUVENIRS FROM SLEMAN REGENCY**

ABSTRACT

By:

RAFIKA PASKI WINASIS

19/446843/TP/12646

Marketing strategy serves as a control tool and as a guide in carrying out marketing to achieve business goals. Aims to determine the right target market and can optimize the use of resources appropriately. Chooby is one of the UMKM that utilizes salak pondoh as a typical fruit of Sleman Regency which expects its products to be food souvenir products from Sleman Regency, the product is called Pie Salak Pondoh Chooby. Based on the problem identification, it is known that this product is not yet well known. Therefore, it is necessary to formulate an effective and efficient marketing strategy so that the product is better known and can compete in the market. The purpose of this study is to determine the level of customer satisfaction, to determine the attributes that are prioritized for improvement, and to formulate alternative strategies that can be applied to Pie Salak Pondoh Chooby products. To determine the level of customer satisfaction, the analysis was carried out using the Customer Satisfaction Index (CSI) method, Importance Performance Analysis (IPA) analysis to determine the attributes that are prioritized for improvement, Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) analysis and Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method to formulate marketing strategies.

The results of this study showed that the level of consumer satisfaction of Pie Salak Pondoh Chooby products is 88.075% included in the “very satisfied” criteria, the attributes that are the top priority for improvement are attractive and educative packaging design, good packaging quality, prices in accordance with product quality, strategic sales locations, and product information on Instagram social media @piesalakchooby is good and interesting, and 9 alternative strategies are produced and one strategy is obtained that is most prioritized with a STAS value of 7.950, namely the strategy of improving the quality of Instagram social media (design and content) as a medium for introducing products, information, and product promotion.

Keywords: salak pondoh, customer satisfaction, marketing strategy.