

ABSTRAK

Tingkat persaingan usaha sekarang ini semakin meningkat. Keadaan ini dapat dilihat dari keseragaman produk dan jasa yang ada di pasar ditambah perkembangan pasar yang semakin beragam juga. Pasar Induk Lau Cih Kota Medan merupakan sebuah pasar tradisional yang menyediakan tempat sebagai jasa bagi pedagang untuk melakukan aktifitas perdagangan khususnya bagi pedagang sayur-mayur dan buah-buahan. Perlu dirancang strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal ini yakni pedagang pada pasar Induk Lau Cih Kota Medan. Penelitian ini melakukan rancangan strategi dengan menggunakan analisa SWOT yang memperhatikan faktor internal dan faktor eksternal dari pasar Induk Lau Cih Kota Medan untuk menemukan strategi yang tepat bagi pasar Induk Lau Cih untuk meningkatkan kepuasan pedagang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi pasar Induk Lau Cih Kota Medan berada pada posisi Kuadran II pada diagram SWOT dimana pasar ini memiliki kekuatan, namun juga memiliki ancaman yang menjadi tantangan bagi pasar untuk berkembang. Selain itu dari matriks SWOT, strategi yang paling tepat bagi pasar Induk Lau Cih ini untuk berkembangnya adalah strategi ST, yang berarti pasar induk Lau Cih ini harus memaksimalkan kekuatan yang dimiliki untuk meminimalkan ancaman yang dihadapi untuk meningkatkan kepuasan pedagang. Selanjutnya untuk strategi lain juga dapat digunakan untuk memberikan dampak kepuasan bagi pelanggan di pasar induk Lau Cih Kota Medan.

Kata kunci : Strategi, Kepuasan Pelanggan, Analisa SWOT

ABSTRACT

The level of business competition is currently increasing. This situation can be seen in the market's uniformity of existing products and services, as well as the increasingly diverse market developments. Pasar Induk Lau Cih Kota Medan is a traditional market that provides a place and a service for traders to carry out trading activities, especially for vegetable and fruit traders. A strategy needs to be designed to increase customer satisfaction, in this case among traders at the Pasar Induk Lau Cih in Medan City. This study conducted a strategy design using SWOT analysis that paid attention to internal and external factors at the Lau Cih Main Market in Medan City to find the right strategy for the Pasar Induk Lau Cih to increase customer satisfaction. The results of the study show that for the Pasar Induk Lau Cih, Medan City is in quadrant II of the SWOT diagram, where this market has strengths but also has threats that pose threats for the market to develop. Apart from that, from the SWOT matrix, the most appropriate strategy to develop is the ST strategy, which means that the Pasar Induk Lau Cih must maximize its strengths to minimize the threats it faces to increase trader satisfaction. Furthermore, other strategies can also be used to impact customer satisfaction.

Keywords : Strategy, Customer Satisfaction, SWOT Analysis