

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI PASAR SORE PURIJAYA TANGERANG DENGAN METODE SWOT

SRI LESTARI<sup>1</sup> & SIGIT ADI PRATAMA<sup>2</sup>

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik,  
Universitas Muhammadiyah Tangerang

Email: *srilestari2606@gmail.com*<sup>1</sup>, *sigitadipratamaa@gmail.com*<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Kesan yang kumuh, kotor dan bau masih melekat dengan pasar tradisional tersebut. Namun sangat disayangkan oleh pengelola pasar tersebut banyaknya konsumen yang berbelanja untuk tingkat kepuasan pelanggan yang berbelanja ke pasar tersebut kurang diperhatikan. Nilai CSI dan analisis SWOT, untuk mengetahui formulasi strategi dalam meningkatkan nilai indeks kepuasan pelanggan. Pada atribut empathy hasil dari penyebaran kuisioner customers satisfaction index (CSI) mendapatkan skor paling kecil, sehingga sangat diperlukan perhatian khusus. Nilai CSI yang didapatkan sebesar 78% masih dapat ditingkatkan dengan menggunakan strategi perbaikan manajemen pengolahan pasar, penyediaan sistem keluhan pelanggan, pembuatan sistem *e-commerce marketplace* dan sistem *delivery order*.

**Kata Kunci:** Pasar Tradisional, Kepuasan Pelanggan, Nilai CSI, SWOT, Strategi.

### 1. PENDAHULUAN

Di zaman sekarang ini manusia lebih bersikap konsumtif. Dikatakan konsumtif karena disaat membeli sesuatu bukan didasarkan kepada kebutuhannya melainkan lebih mengedepankan keinginannya. Dan hal ini dapat memunculkan gaya hidup yang bersifat *hedonisme*. Dalam hal seperti ini gaya hidup manusia lebih mencerminkan sikap individu dalam rangka untuk kepuasan diri sendiri. Seseorang dengan gaya hidup yang konsumtif lebih baik berpegang pada tujuan utamanya yaitu mengutamakan sesuatu atas dasar kebutuhan bukan keinginan. Sehingga zaman tidak memperbudak manusia.

Di Indonesia keberadaan pasar tradisional mulai terlupakan. Hal ini dapat terlihat dari menurunnya jumlah keberadaan pasar tradisional di Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh AC Nielsen tahun 2013 lalu menunjukkan jumlah pasar rakyat di Indonesia terus mengalami penurunan. Pada 2007 pasar rakyat berjumlah 13.550, sementara pada 2009 menyusut menjadi 13.450, dan pada 2011 berjumlah 9.950. Sementara itu, perbandingan pertum-

buhan pasar rakyat terhadap pasar modern cukup drastis, yaitu pasar rakyat 8,1% sedangkan pasar modern 31,4%.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan (2013) menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan secara keseluruhan memperoleh nilai *Customer Satisfied Index* yang diperoleh adalah 77,52%. Hal ini menggambarkan pelanggan pasar tradisional puas atas kinerja layanan yang diberikan, dan dirasakan belum cukup maksimal secara keseluruhan. Tingkat kepuasan terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan atau pengguna pasar tradisional masih sangat rendah.

Pasar Sore Purijaya termasuk kedalam pasar tradisional karena telah mencakup syarat-syarat dari kategori pasar tradisional. Pasar Sore Purijaya ini melakukan aktifitas jual beli pada waktu sore hari. Hal ini berbeda dengan pasar tradisional yang umumnya melakukan aktifitas jual beli pada pagi hari. Operasional pada sore hari ini tidak dilakukan oleh kebanyakan pasar tradisional. Pasar ini tergolong pasar tradisional yang baru berdiri

di wilayah ini. Sehingga pada saat jam operasional pasar menimbulkan banyak kendala.

Berdasarkan kendala-kendala tersebut diatas maka saya melakukan penelitian dengan mengambil judul “*Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan di Pasar Sore Purijaya Tangerang dengan Menggunakan Metode SWOT*”.

#### a. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang mendasari penelitian ini maka dapat dirumuskan masalah yaitu:

1. Apa saja yang mempengaruhi tingkat *customers satisfaction index* di Pasar Sore Purijaya?
2. Apa kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang di Pasar Sore Purijaya selama beroperasi?
3. Dapatkah nilai *customers satisfaction index* pada Pasar Sore Purijaya ditingkatkan?
4. Bagaimanakah usulan untuk perbaikan tingkat kepuasan pelanggan?

#### b. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini penulis melakukan pembatasan dalam penelitiannya hal ini bertujuan agar tetap berada di jalur penelitian dan juga mempermudah penelitian.

1. Lokasi penelitian hanya difokuskan ke Pasar Sore Purijaya tanpa membandingkan dengan pasar tradisional lainnya yang berada disekitar lokasi penelitian.
2. Penelitian yang dilakukan hanya difokuskan untuk mendapatkan angka atau nilai dari *customers satisfaction index*.
3. Hasil dari penelitian yang didapat dari *customers satisfaction index* selanjutnya akan digunakan untuk melakukan analisis dengan metode *SWOT*.
4. Dalam penelitian ini analisis dengan metode *SWOT* digunakan untuk menentukan usulan perbaikan terhadap Pasar Sore Purijaya.
5. Periode pengambilan data yang dilakukan adalah di bulan Mei selama satu bulan terhitung dari 01 Mei-30 Mei 2016 dengan menggunakan angket/kuisisioner dan disebarakan kepada warga yang berdomisili di sekitar lokasi Pasar Sore Purijaya ataupun yang pernah berbelanja ke pasar tersebut.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### a. Pengertian Pasar Tradisional

*Kotler dan Amstrong (1999)* mendefinisikan pasar adalah seperangkat pembeli aktual dan potensial dari sebuah produk atau jasa. Ukuran dari pasar sendiri tergantung pada jumlah orang yang menunjukkan kebutuhan, memiliki kemampuan dalam pertukaran.

### b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (*Kotler 2000*).

*SWOT* adalah akronim untuk kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dari lingkungan eksternal perusahaan. Menurut *Jogiyanto (2005)*, *SWOT* digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.

Dalam analisis *SWOT* akan menghasilkan strategi bisnis yang dibutuhkan. Konsep strategi sendiri adalah alat untuk mencapai tujuan. Definisi startegi pertama yang dikemukakan oleh *Chandler (1962)* menyebutkan bahwa, “strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”. Konsep-konsep strategi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Distinctive Competence*: Tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan yang lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.
2. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Dalam konteks perumusan strategi keunggulan bersaing, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

- 1) **Kekuatan** (*Strenghts*) adalah kondisi internal yang menjadi pendorong keberhasilan meraih posisi unggul menghadapi persaingan, contohnya antara lain sumber daya manusia (profesional, memiliki *expertise*, moralitas serta lo-

yalitas tinggi), sumber daya keuangan (kinerja dan ketersediaan dana investasi), sumber daya informasi (teknologi informasi superior, memiliki network).

- 2) **Kelemahan** (*Weakness*) adalah kondisi internal yang menghambat keberhasilan mencapai tujuan perusahaan contohnya antara lain manajemen sumber daya manusia (sistem spoil, perilaku organisasi rigid)
- 3) **Peluang** (*Opportunities*) adalah kondisi eksternal yang menjadi pendorong keberhasilan perusahaan mewujudkan misi, contohnya antara lain pemerintahan (deregulasi, debirokratisasi), investor/pendana swasta (pemberian *Tax Holiday*).
- 4) **Ancaman** (*Threats*) adalah kondisi eksternal yang menghambat keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan, contohnya antara lain ekonomi (resesi global, tingkat inflasi tinggi), sosial (kemerosotan nilai moral, pemakaian obat terlarang), teknologi (salah kelola).

### 3. METODE PENELITIAN

#### a. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber data primer adalah sumber data yang dapat memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dengan menggunakan metode:  
Kuisisioner (angket atau daftar pertanyaan).  
Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan pemberian sekumpulan atau seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Dalam penelitian ini penulis menggunakan *skala linkert* untuk memperoleh data. *Skala linkert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skor yang diberikan untuk penelitian yaitu:

Tabel 3.1 Skor Kuisisioner

No	Kuisisioner		Skor
	Kepentingan Pelanggan	Kepuasan Pelanggan	
1	Sangat Penting	Sangat Setuju	5
2	Penting	Setuju	4
3	Cukup Penting	Ragu-Ragu	3
4	Kurang Penting	Tidak Setuju	2
5	Tidak Penting	Sangat Tidak Setuju	1

2. Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data diperoleh dari penelitian lain yang dilakukan oleh suatu lembaga atau seorang peneliti dan studi kepustakaan.

#### b. Pengujian Data

##### 1). Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa data yang telah dikumpulkan adalah cukup secara objektif.

$$N' = \frac{K}{S} \sqrt{N(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2}$$

Keterangan:

- K = tingkat keyakinan
- S = derajat ketelitian
- N = jumlah data pengamatan
- N' = jumlah data teoritis

##### 2). Uji Keseragaman Data

Memastikan bahwa data yang telah terkumpul berasal dari sistem yang sama, maka dilakukan pengujian terhadap keseragaman data.

$$BKA = \bar{X} + k\sigma$$

$$BKB = \bar{X} - k\sigma$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum(X - \bar{X})^2}{N - 1}}$$

Keterangan:

- BKA = Batas Kontrol Atas
- BKB = Batas Kontrol Bawah
- $\bar{X}$  = Nilai rata-rata
- $\sigma$  = Standar deviasi
- k = Tingkat keyakinan

##### 3) Uji Validitas

Mengetahui valid atau tidaknya instrumen suatu penelitian yang digunakan penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan rumus Korelasi Pearson (*Product Moment*).

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X_i)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara X dengan Y

$n$  = Jumlah sampel

$\Sigma XY$  = Jumlah total data XY

$\Sigma X$  = Jumlah total data variable X

$\Sigma Y$  = Jumlah total data variabel Y

Tabel 2.2 Kriteria Validitas Instrumen

Interval koefisien	Tingkat hubungan
$0,00 \leq r_{xy} < 0,199$	Sangat rendah
$0,20 \leq r_{xy} < 0,399$	Rendah
$0,40 \leq r_{xy} < 0,599$	Sedang
$0,60 \leq r_{xy} < 0,799$	Kuat
$0,80 \leq r_{xy} < 1,000$	Sangat kuat

#### 4) Uji Realibilitas

Sukardi (2008) mengatakan bahwa reliabilitas sama dengan konsistensi. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menunjukkan reliabilitas suatu instrumen jenis data dengan menggunakan teknik *Alfa Cronbach* yang ditunjukkan dengan rumus:

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\Sigma s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$r_i$  = Reliabilitas instrumen

$\Sigma s_i^2$  = Jumlah mean kuadrat kesalahan

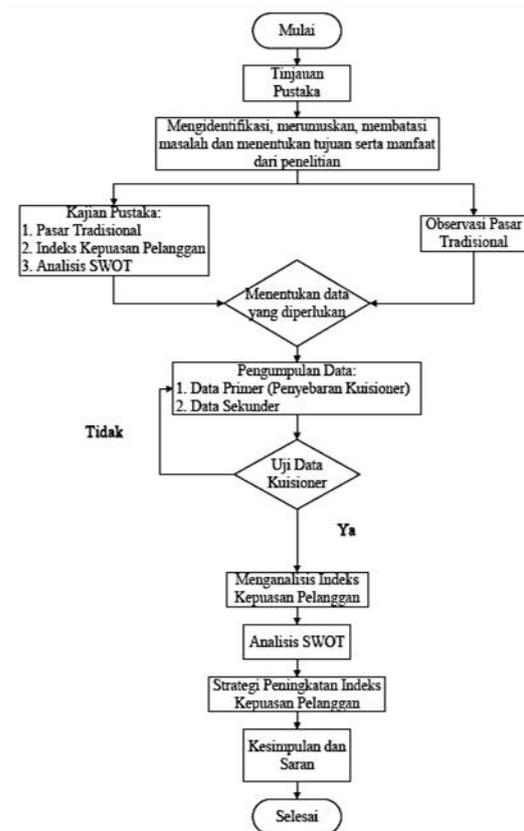
$s_t^2$  = Varians total

Koefisien reliabilitas yang didapat, diinterpretasikan kedalam derajat reliabilitas yaitu:

Tabel 2.3 Interpretasi derajat reliabilitas

Interval koefisien	Tingkat hubungan
$0,00 \leq r_i < 0,20$	Sangat rendah
$0,20 \leq r_i < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r_i < 0,70$	Sedang
$0,70 \leq r_i < 0,90$	Tinggi
$0,90 \leq r_i \leq 1,00$	Sangat tinggi

Diagram alur penelitian diperlihatkan dalam Gambar 2.1 dan secara garis besar dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Diagram alir (Flow chart) Metodologi Penelitian

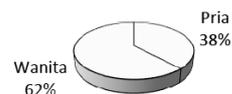
## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Karakteristik Responden

Tabel 4.1 Rekapitulasi Data Responden

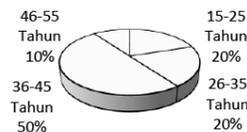
No	Nama Pasar	Jenis Kelamin				Usia (Tahun)				Pendidikan Terakhir			Pekerjaan		
		Pria	Wanita	15-25	26-35	36-45	46-55	SMP	SMA	Diploma	Sarjana	Pegawai Swasta	Pengajar	Pelajar/Mahasiswa	IBT
1	Pasar Sate Perijaya	19	31	10	10	25	5	14	32	2	2	24	1	4	21

#### 1) Jenis Kelamin



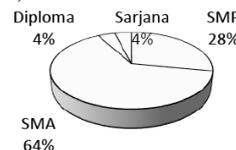
Gambar 4.2 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin/

#### 2) Usia



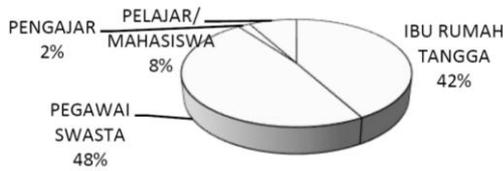
Gambar 4.3 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Usia

#### 3) Pendidikan Terakhir



Gambar 4.4 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

4) Pekerjaan atau Profesi



Gambar 4.5 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Pekerjaan atau Profesi.

b. Uji Data Kuisisioner

1) Uji Kecukupan Data Tingkat Kepentingan Konsumen

$$N' = \frac{K \sqrt{N (\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2}}{\sum Xi}$$

$$N' = \frac{2}{0,05} \sqrt{50 (1129703) - (7481)^2}$$

$$N' = \frac{2}{0,05} \sqrt{50 (1129703) - 55965361}$$

$$N' = \frac{7481}{40 \sqrt{56485150 - 55965361}}$$

$$N' = \frac{40 \sqrt{519789}}{7481}$$

$$N' = \frac{40 \times 720,96}{7481}$$

$$N' = \frac{28838,4}{7481}$$

$$N' = 3,85$$

2) Uji Keseragaman

a)  $\bar{x} = \frac{\sum X}{K} = \frac{7481}{50} = 149,62$

b)  $\sigma = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{x})^2}{N - 1}}$

$$= \sqrt{\frac{(4-149)^2 + (3-149)^2 + (5-149)^2 + \dots + (2-149)^2}{50-1}}$$

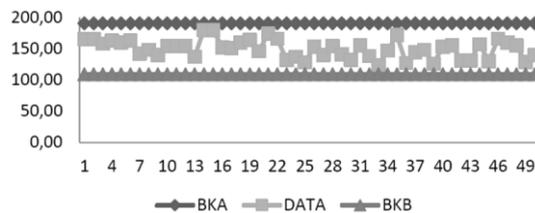
$$= \sqrt{\frac{(21205,18) + (21497,42) + (20914,94) + \dots + (21791,66)}{49}}$$

$$= \sqrt{\frac{38089116,48}{49}}$$

$$= 122,433$$

c)  $\delta x = \frac{\delta}{\sqrt{n}} = \frac{122,433}{\sqrt{36}} = \frac{122,433}{6} = 20,41$

d) Menentukan Batas Kontrol Atas dan Batas Kontrol Bawah  
 $BKA = \bar{x} + 2. \delta x = 149,62 + 2(20,41) = 149,62 + 40,81 = 190,43$   
 $BKB = \bar{x} - 2. \delta x = 149,62 - 2(20,41) = 149,62 - 40,81 = 108,81$



Gambar 4.6 Grafik Kendali Keseragaman Data Tingkat Kepentingan Pelanggan

3) Uji Validitas Data Tingkat Kepentingan Pelanggan

Tabel 4.2 Rekapitulasi Validitas Instrumen Tingkat Kepentingan Pelanggan

No.	R-hitung	R-Tabel	Klasifikasi	No.	R-hitung	R-Tabel	Klasifikasi
1	0,309	0,279	Valid	19	0,525	0,279	Valid
2	0,349	0,279	Valid	20	0,423	0,279	Valid
3	0,474	0,279	Valid	21	0,632	0,279	Valid
4	0,453	0,279	Valid	22	0,623	0,279	Valid
5	0,555	0,279	Valid	23	0,291	0,279	Valid
6	0,486	0,279	Valid	24	0,298	0,279	Valid
7	0,493	0,279	Valid	25	0,480	0,279	Valid
8	0,292	0,279	Valid	26	0,641	0,279	Valid
9	0,290	0,279	Valid	27	0,548	0,279	Valid
10	0,313	0,279	Valid	28	0,324	0,279	Valid
11	0,644	0,279	Valid	29	0,370	0,279	Valid
12	0,401	0,279	Valid	30	0,450	0,279	Valid
13	0,511	0,279	Valid	31	0,557	0,279	Valid
14	0,497	0,279	Valid	32	0,535	0,279	Valid
15	0,403	0,279	Valid	33	0,458	0,279	Valid
16	0,300	0,279	Valid	34	0,680	0,279	Valid
17	0,350	0,279	Valid	35	0,594	0,279	Valid
18	0,460	0,279	Valid	36	0,411	0,279	Valid

4) Uji Reliabilitas Insrument Tingkat Kepentingan Pelanggan

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right\}$$

$$r_i = \frac{36}{(36-1)} \left\{ 1 - \frac{28,434}{207,915} \right\}$$

$$r_i = \frac{36}{35} \{ 1 - 0,136 \}$$

$$r_i = 1,028 \{ 0,864 \}$$

$$r_i = 0,888$$

5) Uji Data Tingkat Kepuasan Pelanggan

(a) Uji Kecukupan Data Tingkat Kepuasan Pelanggan

$$N' = \frac{K \sqrt{N (\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2}}{\sum Xi}$$

$$N' = \frac{2}{0,05} \sqrt{50 (93812) - (2148)^2}$$

$$N' = \frac{11077,6}{2148}$$

$$N' = 5,16$$

(b) Uji Keseragaman Data Tingkat Kepuasan Pelanggan

a)  $\bar{x} = \frac{\sum X}{K} = \frac{2148}{50} = 42,96$

b)  $\sigma = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{x})^2}{N - 1}}$

$$= \sqrt{\frac{(5-42,96)^2 + (4-42,96)^2 + (5-42,96)^2 + \dots + (1-42,96)^2}{50-1}}$$

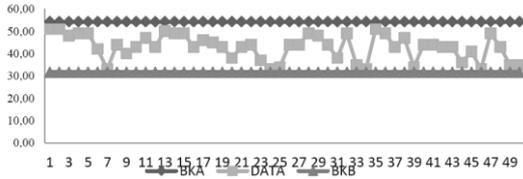
$$= \sqrt{\frac{(1441) + (1517,882) + (1441) + \dots + (1760,6)}{49}}$$

$$= \sqrt{\frac{839321}{49}}$$

$$= 18,69$$

c)  $\delta x = \frac{\delta}{\sqrt{n}} = \frac{18,69}{\sqrt{11}} = \frac{18,69}{3,31} = 5,65$

Menentukan Batas Kontrol Atas dan Batas Kontrol Bawah  
 $BKA = \bar{x} + 2. \delta x = 42,96 + 2(5,65) = 42,96 + 11,3 = 54,26$   
 $BKB = \bar{x} - 2. \delta x = 42,96 - 2(5,65) = 42,96 - 11,3 = 31,66$



Gambar 4.7 Grafik Kendali Keseragaman Data Tingkat Kepuasan Pelanggan

(c) Uji Validitas Data Tingkat Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.3 Rekapitulasi Validitas Instrumen Tingkat Kepuasan Pelanggan

No.	R-hitung	R-Tabel	Klasifikasi
1	0,512	0,279	Valid
2	0,524	0,279	Valid
3	0,819	0,279	Valid
4	0,831	0,279	Valid
5	0,309	0,279	Valid
6	0,739	0,279	Valid
7	0,439	0,279	Valid
8	0,534	0,279	Valid
9	0,769	0,279	Valid
10	0,723	0,279	Valid
11	0,387	0,279	Valid

(d) Uji Reliabilitas Instrumen Tingkat Kepuasan Pelanggan

Data yang didapat telah diketahui bahwa keseluruhannya adalah valid sehingga dapat dilakukan uji reliabilitas instrumen tingkat kepuasan pelanggan.

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

$$r_i = \frac{11}{(11-1)} \left\{ 1 - \frac{7,5496}{30,6784} \right\}$$

$$r_i = \frac{11}{10} \{ 1 - 0,246 \}$$

$$r_i = 1,1 \{ 0,754 \}$$

$$r_i = 0,829$$

c. Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Pasar Tradisional Sore Purijaya

Dalam Tabel 4.4 merupakan hasil perhitungan indeks kepuasan pelanggan pengguna layanan Pasar Tradisional Sore Purijaya dengan menggunakan 50 orang responden

Tabel 4.4 Indeks Kepuasan Pelanggan

No.	Atribut	Kepentingan (I)	Kepuasan (P)	Skor (S)
		Skala 1-5	Skala 1-5	(S)=(I x P)
1	Reliability	4.17	3.91	16.28
2	Responsiveness	4.16	3.91	16.26
3	Assurance	4.28	3.91	16.70
4	Tangibel	4.17	3.91	16.28
5	Empaty	3.99	3.91	15.60
Skor Total		20.77	19.53	81.11

Setelah dilakukan rekapitulasi dari keseluruhan skor yang didapat dari responden maka selanjutnya dilakukan perhitungan *Customer Satisfaction Index* yaitu:

$$CSI = \frac{\sum S}{(n \times \sum I)} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{81,11}{(5 \times 20,77)} \times 100\%$$

$$CSI = \frac{81,11}{(103,85)} \times 100\%$$

$$CSI = 0,781 \times 100\%$$

$$CSI = 78,10\%$$

$$CSI = 78\%$$

d. Analisis SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	1. Berada di lokasi yang strategis 2. Jam operasional yang berbeda dari pasar tradisional lainnya 3. Harga barang yang beragam/berbeda-beda 4. Produk yang dijual dengan presentasi 5. Masih memiliki lokasi yang dapat di bangun 6. Lokasi pasar yang strategis	1. Tidak lengkapnya jenis barang yang dijual 2. Lokasi yang berbeda dari pasar tradisional lainnya 3. Harga barang yang beragam/berbeda-beda 4. Tidak adanya sistem layanan pelanggan
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Produk yang berbeda dari pasar tradisional lainnya 2. Berada di lokasi yang strategis 3. Lebih dekat dengan lokasi pemukiman konsumen dan dia 4. Kualitas layanan yang berbeda 5. Adanya program pemasaran dan lain sebagainya	1. Pengembangan usaha dan pemasaran pasar dan pemasaran 2. Peningkatan jam operasional pasar	1. Peningkatan lokasi pasar tradisional 2. Peningkatan jam operasional pasar 3. Peningkatan jam operasional pasar
THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Lokasi pasar tradisional dengan pasar tradisional lainnya 2. Berada di lokasi yang strategis 3. Peningkatan lokasi pasar 4. Kualitas layanan yang berbeda 5. Berada di lokasi yang strategis	1. Peningkatan sistem delivery order 2. Peningkatan sistem customer satisfaction	1. Mengembangkan sistem layanan pelanggan 2. Peningkatan sistem customer satisfaction

5. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

1. Pada hasil penelitian dapat diketahui bahwa nilai *customers satisfaction index* dapat diketahui oleh keandalan, kerespontifan, keyakinan, empati dan wujud. Kelima hal tersebut merupakan atribut yang berpengaruh dalam tingkat kepuasan pelanggan di Pasar Tradisional Sore Purijaya. Dari kelima atribut tersebut dapat ditemukan bahwa sikap empati yang diberikan oleh pedagang maupun pihak pengelola dirasakan sangat kurang. Sehingga dapat mempengaruhi nilai dari *CSI* itu tersendiri.

2. Berdasarkan analisis *SWOT* secara keseluruhan tentang lingkungan Pasar Tradisional Sore Purijaya dapat ditemukan yaitu:

- Kekuatannya adalah berada dilokasi yang strategis, jam operasional yang berbeda dari pasar tradisional lainnya, harga barang yang diperjual

- belikan relatif murah, pengelola pasar dekat dengan pemerintahan, masih memiliki kios yang dapat ditempati.
- b) Kelemahannya adalah tidak lengkapnya jenis barang yang dijual, jumlah pedagang yang sedikit, sarana dan prasarana yang kurang baik, tidak adanya sistem keluhan pelanggan, sulit mendapat informasi produk yang dijual, lahan pasar yang kurang luas.
  - c) Peluangnya adalah akan didirikan hunian baru disekitar lingkungan pasar, berada dikawasan hunian dan kawasan industry, lebih dekat lokasi pemerintahan kecamatan dan desa, kondisi lingkungan yang kondusif, adanya program pengembangan desa oleh pemerintah.
  - d) Ancamannya adalah lokasi pasar berdekatan dengan psar lainnya, banyaknya pedagang sayur keliling, persaingan semakin kuat, globalisasi kompetitor, pindahnya konsumen ke pasar lainnya.
3. Mengenai nilai dari *customers satisfaction index* yang didapatkan dari penelitian sebesar 78% tersebut masih dapat ditingkatkan dengan melakukan perbaikan utama pada nilai skor atribut *CSI* yang paling rendah lalu mempertahankan atau meningkatkan nilai atribut yang sudah baik.
  4. Untuk melakukan peningkatan tingkat kepuasan pelanggan dapat melakukan usulan berdasarkan hasil analisis *SWOT* yaitu pengembangan sarana dan prasarana dari pemerintah, penambahan jam operasional pasar, pembuatan sistem *delivery order*, pembuatan sistem *e-commerce marketplace*, perluasan lahan pasar, bekerja sama dengan pemerintah/swasta, mengembangkan sistem keluhan pelanggan, dan perbaikan manajemen pengelolaan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep Adya. (2014). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Basri, Hasan. (2013). *Survey Kepuasan Pelanggan Terhadap Pasar Tradisional Kota Medan*. Jurnal, Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan, Medan
- Fahmi, Irham. (2013). *Manajemen Kinerja: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Winarni, Sidarto dan Pohandry. 2013. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Importance Performance Analysis Serta Service Quality*. Jurnal Rekavasi, Vol.1 No.1, Desember 2013, pp. 21-29
- Verawaty, Irmeilyana, Maiyanti. 2009. *Aplied Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) to Know Student Satisfaction Level of Sriwijaya University Library Service*. Jurnal, Jurusan Matematika FMIPA Unsri.