

ABSTRAK

Pada saat ini eksistensi pasar swalayan semakin diterima di masyarakat. Hal ini tentunya menyebabkan semakin banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya ataupun memperluas jaringan dalam bisnis tersebut, sehingga perusahaan harus mengenal karakteristik konsumen sasaran yang akan dilayani, untuk dapat menciptakan pasar swalayan dengan karakteristik yang sesuai dengan segmen yang dituju, juga posisi pasar swalayannya pada pikiran konsumen. Hal ini disebabkan konsumen merupakan kunci keberhasilan usaha di bidang tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik pasar swalayan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh sekelompok segmen tertentu sehingga perusahaan dapat memilih segmen yang akan dimasukinya, juga mengetahui posisi pasar swalayan berdasarkan persepsi dan preferensi konsumen.

Pengolahan data dilakukan dengan Analisis Klaster, Analisis Faktor, dan Analisis Koresponden. Analisis klaster digunakan untuk mengetahui segmentasi konsumen pasar swalayan berdasarkan data demografi. Analisis Faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen tiap segmen dalam memilih pasar swalayan. Sedangkan Analisis Koresponden digunakan untuk mengetahui posisi pasar swalayan. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS 9.0.

Dari hasil perhitungan dan analisis yang dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa berdasarkan data demografi, responden dibagi menjadi enam segmen, yaitu : ibu rumah tangga muda yang tidak bekerja, ibu rumah tangga setengah baya yang bekerja sebagai karyawan, ibu rumah tangga setengah baya yang tidak bekerja, ibu rumah tangga muda yang bekerja sebagai karyawan, wanita muda yang bekerja sebagai karyawan, dan mahasiswi. Dalam memilih pasar swalayan, segmen I mementingkan kecepatan pelayanan dan kelengkapan pasar swalayan, segmen II mengutamakan kualitas barang dan kecepatan pelayanan, segmen III mementingkan harga yang lebih murah dan kualitas barang, segmen IV mementingkan keanekaragaman barang yang tersedia dan kecepatan pelayanan, dan segmen V dan VI lebih mengutamakan harga yang lebih murah dan kelengkapan pasar swalayan.

Berdasarkan peta posisi pasar swalayan yang terbentuk diketahui bahwa dibandingkan pasar swalayan lainnya, pasar swalayan Super Indo mempunyai kelebihan dalam hal kecepatan pelayanan, keramahan pelayanan, potongan harga, paket promosi khusus, dan kemudahan mencapai lokasinya. Pasar swalayan Matahari mempunyai keunggulan dalam hal kenyamanan suasana, kebersihan ruangan, promosi di media massa, dan *instore promotion*. Pasar swalayan Hero mempunyai keunggulan dalam hal kualitas barang, kelengkapan barang, keanekaragaman jenis barang, pengaturan barang, dan barang impor. Sedangkan Pasar swalayan Dika mempunyai kelebihan dalam hal harga barang, papan petunjuk, produk yang baru dipromosikan, dan fasilitas pembungkus.