

ABSTRAK

Suatu pasar swalayan yang tumbuh di tengah persaingan yang ketat membutuhkan strategi pemasaran yang tepat. Penyusunan strategi pemasaran yang tepat membutuhkan pemahaman mengenai perilaku konsumen dan posisi persaingan yang dihadapinya.

Pemahaman perilaku konsumen dimulai dengan segmentasi pasar swalayan. Kemudian analisa dilakukan terhadap daya tarik pasar swalayan serta posisi persaingan pasar swalayan. Selanjutnya strategi pemasaran dilakukan dengan meningkatkan volume tingkat penjualan supaya memperoleh laba yang besar.

Penelitian ini dilakukan pada Pasar Swalayan Matahari Palembang dengan tujuan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat meningkatkan volume penjualan.

Untuk memperoleh data mengenai tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen terhadap pasar swalayan tersebut dilakukan survei dalam bentuk kuisisioner yang disebar kepada 150 responden . Dari jumlah tersebut, sebanyak 136 responden mengembalikan kuisisioner yang disebar tersebut.

Dari hasil perhitungan dan analisis yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa pasar swalayan Matahari masih harus melakukan beberapa perbaikan misalnya menurunkan harga barang dan memperbaiki fasilitas parkir agar dapat lebih bersaing dengan pasar swalayan lainnya.

Penyusunan strategi pemasaran dilakukan untuk menempatkan strategi pemasaran yang tepat pada preferensi segmen sasaran.