

**EKSPLORASI PERSEPSI PELAKU UMKM TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI PASAR BUAH BERASTAGI  
KABUPATEN KARO**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Pasar Buah Berastagi, Kabupaten Karo, mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting keberhasilan bisnis yang berdampak pada loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung terhadap pelaku UMKM yang telah beroperasi selama minimal tiga tahun di pasar tersebut. Analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema yang relevan dengan persepsi pelaku UMKM terkait kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang segar, harga yang kompetitif, layanan yang ramah, serta kebersihan tempat usaha merupakan faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Namun, tantangan seperti fluktuasi harga buah, kondisi cuaca yang tidak menentu, dan keterbatasan modal menjadi hambatan bagi pelaku UMKM dalam menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM dalam menyusun strategi bisnis yang lebih efektif berguna untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

***Kata kunci: Persepsi Pelaku UMKM, Kepuasan Pelanggan, Pasar Buah Berastagi, Kualitatif***

***EXPLORATION OF UMKM ACTORS' PERCEPTION TOWARDS  
CUSTOMER SATISFACTION IN BERASTAGI FRUIT MARKET***

***KARO REGENCY***

***ABSTRACT***

*This study aims to explore the perceptions of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) actors at the Berastagi Fruit Market, Karo Regency, regarding factors influencing customer satisfaction. Customer satisfaction is a critical indicator of business success, impacting customer loyalty and business sustainability. This qualitative research employs in-depth interviews and direct observations involving MSME actors who have operated for a minimum of three years in the market. Data analysis was conducted using thematic analysis to identify patterns and themes related to the perceptions of MSME actors regarding customer satisfaction. The findings indicate that fresh product quality, competitive pricing, friendly service, and cleanliness of business premises are the main factors influencing customer satisfaction. Challenges such as price fluctuations, unpredictable weather conditions, and limited resources are significant obstacles for MSME actors in maintaining and improving customer satisfaction. Moreover, the study's findings are expected to serve as a reference for MSME actors in developing more effective business strategies to sustain and enhance customer loyalty amid increasingly fierce market competition.*

***Keywords: MSME Perception, Customer Satisfaction, Berastagi Fruit Market, Qualitative***