

ABSTRAK

Skripsi ini mengkaji penerapan analisis strategi pengembangan pemasaran menggunakan Metode SWOT pada Warung Soto XYZ. Metode ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dihadapi oleh warung soto tersebut dalam konteks pemasaran. Penelitian dilakukan melalui observasi langsung, wawancara dengan pemilik warung, dan analisis dokumentasi terkait. Hasil analisis menunjukkan bahwa warung soto memiliki kekuatan dalam citra merek yang kuat dan kualitas bahan baku yang baik.

Namun, kelemahan terdapat pada kurangnya promosi dan keterbatasan dalam infrastruktur teknologi informasi. Peluang yang dapat dimanfaatkan termasuk peningkatan permintaan makanan tradisional oleh wisatawan lokal, sedangkan ancaman utama adalah persaingan dari warung makan sejenis di sekitar wilayah tersebut. Berdasarkan temuan ini, jurnal ini merekomendasikan strategi pemasaran yang lebih agresif melalui promosi offline dan online, serta peningkatan investasi dalam teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan. Kesimpulannya, penerapan Metode SWOT dalam analisis strategi pemasaran dapat membantu Warung Soto XYZ untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi kinerja pemasarannya dan merumuskan langkah-langkah strategis yang tepat.

Keyword: Pemasaran, Analisis SWOT, Pengembangan, Strategi.

ABSTRACT

This thesis examines the application of marketing development strategy analysis using the SWOT Method at Warung Soto XYZ. This method is utilized to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the aforementioned soto eatery within the marketing context. The research is conducted through direct observation, interviews with the owner of the eatery, and analysis of related documentation. The analysis results indicate that Warung Soto XYZ possesses strengths in its strong brand image and high-quality ingredients.

However, weaknesses are identified in the lack of promotion and limitations in information technology infrastructure. Opportunities include the increasing demand for traditional food by local tourists, while the primary threat arises from competition with similar eateries in the surrounding area. Based on these findings, the thesis recommends a more aggressive marketing strategy through offline and online promotions, as well as increased investment in information technology to enhance operational efficiency and service delivery. In conclusion, the application of the SWOT Method in marketing strategy analysis can assist Warung Soto XYZ in identifying key factors affecting its marketing performance and formulating appropriate strategic steps.

Keywords: Marketing, SWOT Analysis, Development, Strategy.