

## ABSTRAK

Perkembangan informasi dan teknologi menyebabkan persaingan usaha yang ketat menyebabkan usaha kuliner mampu bertahan dan bersaing memperebutkan pangsa pasar dengan menerapkan strategi, konsep dan desain manajemen yang baik. Manajemen merupakan faktor kunci keberhasilan di era teknologi dan informasi saat ini guna menciptakan peluang bagi produknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang digunakan pada C'Bezt Fried Chicken Balung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang artinya penelitian jenis data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka. Fenomena yang ada, para pengusaha menghadapi persaingan yang ketat ditandai dengan semakin banyaknya usaha kuliner yang mempunyai banyak kesamaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Hasil penelitian tersebut sebagai berikut: (1) hasil analisis IFAS sebesar 1,35 artinya kekuatan perusahaan lebih besar dari kelemahan perusahaan. Hasil analisis EFAS memperoleh skor sebesar 0,53 yang mana nilai ini menunjukkan bahwa peluang yang ada lebih banyak daripada ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. (3) Hasil matriks IE menunjukkan rata-rata posisi usaha saat ini berada pada Kuadran 1, hal ini merupakan keadaan yang sangat menguntungkan dimana perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan yang sangat baik. Strategi yang sebaiknya diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung pengembangan kebijakan melalui kegiatan: dokumentasi, wawancara dan observasi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan SWOT

## **ABSTRACT**

*The development of information and technology has led to intense business competition, causing culinary businesses to be able to survive and compete for market share by implementing good management strategies, concepts and designs. Management is a key factor for success in the current era of technology and information in order to create opportunities for its products. The purpose of this research is to analyze and find out what marketing strategies are used at C'Bezt Fried Chicken Balung. This research uses a quantitative approach, which means researching types of data that can be measured and calculated directly, in the form of information or explanations expressed in numbers or in the form of numbers. The existing phenomenon is that entrepreneurs face intense competition, characterized by the increasing number of culinary businesses that have many similarity. This research uses the SWOT analysis method to identify the company's internal and external factors. Data collection was carried out through observation, interviews and distributing questionnaires. The results of the research are as follows: (1) IFAS analysis results are 1.35, meaning the company's strengths are greater than the company's weaknesses. The results of the EFAS analysis obtained a score of 0.53, which indicates that the opportunities that exist are greater than the threats faced by the company. (3) The results of the IE matrix show that the average current business position is in Quadrant 1, this is a very favorable situation where the company has very good opportunities and strengths. The strategy that should be implemented in this condition is to support policy development through activities: documentation, interviews and observation.*

*Keywords: Marketing Strategy and SWOT*