

## ABSTRAK

Era persaingan bisnis yang semakin ketat, khususnya di sektor kuliner, pengelolaan strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci utama untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha. Warung Lesehan AA Rembangan sebagai salah satu pelaku usaha kuliner tradisional menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan kompetitif di tengah banyaknya pesaing serta perubahan preferensi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran Warung Lesehan AA Rembangan serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang efektif berdasarkan analisis SWOT, IFE (*Internal Factor Evaluation*), dan EFE (*External Factor Evaluation*). Metode penelitian yang digunakan adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui pengumpulan data primer dan sekunder. Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama Warung Lesehan AA terletak pada promosi aktif melalui diskon dan spanduk serta lokasi strategis yang mudah dijangkau. Namun, terdapat kelemahan berupa fasilitas warung yang sederhana dan kurang modern yang berpotensi menurunkan kenyamanan pengunjung. Ancaman utama yang dihadapi adalah persaingan ketat dengan banyaknya warung lesehan di kawasan Rembangan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, disarankan penerapan strategi pertumbuhan yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta strategi perbaikan kelemahan untuk menghadapi ancaman yang ada. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola Warung Lesehan AA untuk meningkatkan kualitas layanan, fasilitas, dan inovasi promosi guna memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, IFE, EFE

## **ABSTRACT**

*In the era of increasingly tight business competition, especially in the culinary sector, an effective marketing management strategy is the main key to maintaining and developing a business. Warung Lesehan AA Rembangan as one of the traditional culinary business actors faces the challenge of remaining relevant and competitive amidst many competitors and changes in consumer preferences. This study aims to analyze internal and external factors that influence the marketing strategy of Warung Lesehan AA Rembangan and formulate an effective business development strategy based on SWOT analysis, IFE (Internal Factor Evaluation), and EFE (External Factor Evaluation). The research method used is a descriptive study with a qualitative and quantitative approach through primary and secondary data collection. The results of the analysis show that the main strength of Warung Lesehan AA lies in active promotion through discounts and banners and a strategic location that is easy to reach. However, there are weaknesses in the form of simple and less modern stall facilities that have the potential to reduce visitor comfort. The main threat faced is tight competition with the many lesehan stalls in the Rembangan area. Based on the results of the SWOT analysis, it is recommended to implement a growth strategy that maximizes strengths and opportunities, as well as a strategy to improve weaknesses to deal with existing threats. This study provides practical recommendations for Warung Lesehan AA managers to improve the quality of services, facilities, and promotional innovations to strengthen competitiveness and business desires.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, SWOT Analysis, IFE, EFE*