

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN RESTORAN SAIKI CILEGON

Oleh : YANTO

Restauran Saiki yang berada di kota Cilegon dikenal masyarakat bukan saja oleh orang Cilegon sendiri melainkan dikenal juga oleh orang luar. Hal ini disebabkan karena letaknya yang cukup strategis juga Restoran **SAIKI** usianya sudah cukup lama sekali yaitu didirikan oleh Tjan Sek dan Tjandra Kusminto tepatnya pada tahun 1942.

Seiring dengan perkembangan jaman yang membutuhkan kerja keras dalam mempertahankan kinerja restoran dalam persaingan yang sangat ketat ini, SAIKI Restoran mau tak mau harus melakukan adaptasi dalam visi, misi, lingkungan, dan penerapan strategi pemasaran. Masalah inti yang dihadapi perusahaan adalah penerapan strategi pemasaran yang belum tepat, hal ini ditandai oleh target penjualan yang belum optimal.

Untuk itu dilakukan penelitian terhadap perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang telah dilakukan dan yang dapat dikembangkan perusahaan untuk menjawab tantangan yang ada. Hipotesis yang digunakan adalah perusahaan belum menerapkan strategi pemasaran yang tepat, sehingga perlu penelitian dan pengembangan analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats. Alat analisis yang digunakan yaitu (SWOT), dan Analisis Matrik Internal Eksternal (Portofolio Matrik).

Hasil penelitian yang sudah dilakukan didapatkan hasil bahwa Restoran SAIKI perlu melakukan ide – ide baru berupa diversifikasi produk, pelayanan yang prima dan maksimal, metode promosi yang maksimal, desain bangunan yang perlu ditinjau kembali kondisi sekarang, selalu melakukan survey harga terhadap menu yang sama untuk memberikan kondisi yang berbeda nyaman, aman, serta lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan usaha yang sama.