

## ABSTRAK

Soto Sumarna adalah salah satu usaha di bidang kuliner yang baru dirintis di daerah Tambun, yang berlokasi Jl Baru Under pass, Tambun selatan. Yang menjadi sasaran usahanya adalah meningkatkan Penjual Soto Betawi dalam daya yang saing tinggi untuk menciptakan omset penjualan, sehingga dibutuhkan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan bersaing baik di dalam Kabupaten maupun di luar kabupaten. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan dalam meningkatkan omset, mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan dan menganalisis strategi yang tepat untuk digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan soto betawi. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT-TOWS (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, dan Threats), dengan Matriks EFAS, IFAS, Matrik profil kompetitif dan SWOT. Hasilnya menunjukkan bahwa usaha soto sumarna menggunakan strategi dan bauran pemasaran. Melalui analisis TOWS, diketahui bahwa kekuatan terbesar perusahaan terletak pada harga yang di tetapkan terjangkau oleh masyarakat, sementara kelemahan terbesar perusahaan adalah keterbatasan sumber dana (Modal). Peluang terbesarnya adalah sangat jarang para pelaku usaha sejenis di lingkungan sekitar, sementara ancaman terhadap perusahaan adalah perubahan konsumsi masyarakat terhadap makanan cepat saji.

Kata kunci : TOWS, SWOT, EFAS-IFAS, Manajemen Strategi



## ABSTRACT

Soto Sumarna is one of the newly established culinary business in Tambun area, located at Jl Baru Under pass, Tambun Selatan. The target of the business is to increase Soto Betawi Seller in high competitiveness to create sales turnover, so it takes marketing strategy to increase sales and compete both inside and outside districts. The purpose of this research is to know the opportunities, threats, strengths and weaknesses in increasing the turnover, knowing the marketing strategy applied by the company and analyze the right strategy to be used by the company to increase the sales volume of soup betawi. This research type is descriptive with qualitative approach, quantitative. The analytical methods used are SWOT-TOWS (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis, with EFAS, IFAS, competitive profile matrix and SWOT. The results show that soto sumarna's business uses marketing strategy and mix. Through TOWS analysis, it is known that the greatest strength of the company lies in the affordable price set by the community, while the biggest weakness of the company is the limited funding source (Capital). The greatest opportunity is very rarely the same business actors in the neighborhood, while the threat to the company is a change in public consumption of fast food.

Keywords: TOWS, SWOT, EFAS-IFAS, Strategic Management

