

ABSTRAK

Rika Maryanti 15416261201157. Strategi Pemasaran Melalui Analisis SWOT pada Usaha *Food Culinary18* di Karawang.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran usaha penyewaan stan *Food Culinary18* di Karawang melalui analisis SWOT.

Penelitian dilakukan menggunakan metode yang bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dimana subjek penelitian ini adalah *Food Culinary18* di Karawang. Sampel pada penelitian ini adalah pemilik dan penjual *Food Culinary18*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dan teknik analisis yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Teknik keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi data.

Hasil matriks SWOT menunjukkan bahwa srategi pemasaran yang cocok dilakukan oleh *Food Culinary18* di Karawang adalah strategi SO (*Strenght-Opportunity*) yaitu mengutamakan kualitas produk dengan rasa yang enak serta meningkatkan penjualan dengan memperluas pemasaran. Strategi ST (*Strenght-Threat*) yaitu mengutamakan kualitas produk dengan rasa yang enak, menetapkan dan mempertahankan harga pasar yang bersaing. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) adalah meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial dan menambah mitra kerja. Strategi WT (*Weakness-Threat*) adalah mempertahankan hubungan baik dengan konsumen serta memberikan fasilitas yang lebih nyaman.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Usaha Kuliner

ABSTRACT

Rika Maryanti 15416261201157. *Marketing Strategy Through SWOT Analysis of The Food Culinary Business18 in Karawang.*

This study aims to determine the marketing strategy of the Food Culinary18 booth rental business in Karawang using a SWOT analysis.

The study was conducted using a descriptive method with a qualitative approach, where the subject of this study was Food Culinary18 in Karawang. The sample in this study was the owner and seller of Food Culinary18. Data collection techniques using methods of observation, interviews, and documentation and analysis techniques, namely data reduction, data presentation, conclusion drawing. The data validity technique used is data triangulation.

The SWOT matrix results shows that the marketing strategy suitable for Food Culinary18 in Karawang is the SO (Strength-Opportunity) strategy, which is to prioritize product's quality with good taste and increase sales by expanding the market. The ST (Strength-Threat) Strategy is to prioritize product's quality with good taste, establishing and maintaining competitive market prices. The WO (Weakness-Opportunity) strategy is to increase promotion by utilizing social media, and adding work partners. The WT (Weakness-Threat) strategy is to maintain good relations with consumers and provide more comfortable facilities.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Culinary Business