

ABSTRAK

Persaingan yang semakin ketat dalam industri restoran cepat saji menuntut perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif guna memenangkan pasar. A&W Restaurant Rest Area KM 62 adalah salah satu restoran yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan daya saingnya di tengah kompetisi dengan merek-merek besar lainnya. Oleh karenanya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi oleh A&W Restaurant serta merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk memperkuat posisinya di pasar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis SWOT secara menyeluruh terhadap 98 responden yang melibatkan pengumpulan data primer melalui wawancara dengan pihak internal perusahaan dan juga hasil kuisioner yang diberikan kepada responden, serta data sekunder dari studi literatur terkait. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi kinerja dan daya saing A&W Restaurant di Rest Area KM 62. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan merumuskan strategi yang sesuai dengan matriks SWOT, restoran mampu memaksimalkan potensi pertumbuhan, mengatasi kendala, dan menghadapi persaingan dengan lebih percaya diri.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Daya Saing, A&W Restaurant, Rest Area KM 62.



KARAWANG

ABSTRACT

The increasingly tight competition in the fast-food restaurant industry requires companies to have an effective marketing strategy to win the market. A&W Restaurant Rest Area KM 62 is one of the restaurants that faces challenges in maintaining market share and increasing its competitiveness amidst competition with other big brands. Therefore, this study aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) faced by A&W Restaurant and formulate the right marketing strategy to strengthen its position in the market. The method used in this study includes a comprehensive SWOT analysis of 98 respondents involving primary data collection through interviews with internal parties of the company and also the results of questionnaires given to respondents, as well as secondary data from related literature studies. The collected data were analyzed to identify the key factors that influence the performance and competitiveness of A&W Restaurant Caibaing KM 62. The conclusion of this study shows that by formulating a strategy that follows the SWOT matrix, the restaurant can maximize growth potential, overcome challenges, and face competition with more confidence.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Competitiveness, A&W Restaurant, Rest Area KM 62.

