

ABSTRAK

Perjalanan bisnis restoran yang terus mengalami perkembangan dan peningkatan akan berdampak pada persaingan yang semakin ketat. Hal tersebut membuat manajemen harus siap dalam menghadapi persaingan antar restoran yang ada, pengaturan strategi yang tepat adalah kunci utama. Penelitian ini dilaksanakan di Ling-Ling's Bali Restoran dengan topik "Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan di Ling-Ling's Bali". Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui strategi pemasaran pada Ling-Ling's Bali Restoran. Strategi yang digunakan pada penelitian ini didasarkan melalui metode pendekatan analisis SWOT. Hasil dari skor yang dijabarkan dalam matrik IE diketahui posisi Ling-Ling's Bali berada pada posisi strategi pertumbuhan yaitu dengan ringkasan skor internal yaitu 3.45 dan untuk skor eksternal diperoleh skor 3.24. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, strategi yang dapat diterapkan pada Ling-Ling's Bali Restoran untuk meningkatkan penjualan, yaitu dengan mengembangkan produk baru yang dapat menarik minat pengunjung, meningkatkan kualitas produk atau jasa yang telah ada, memperluas jaringan target pasar, menyesuaikan harga agar tetap kompetitif, melakukan kegiatan pemasaran secara berkelanjutan, dan yang tidak kalah penting adalah memberikan pelatihan secara berkala kepada seluruh karyawan, dan turut serta membangun rasa *trust and respect* kepada seluruh pihak yang bekerja sama dengan Ling-Ling's Bali Restoran.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Penjualan, Restoran, SWOT, Matriks IE

ABSTRACT

The way the restaurant business has changed and improved over time will have an effect on the competition, which is getting more and more fierce. This means that management needs to be ready for competition from other restaurants, and coming up with the right plan is the most important thing. This research was done at Ling-Ling's Bali Restaurant. The topic was "Marketing Strategy to Increase Sales at Ling-Ling's Bali." The aim is to find out the marketing strategy at Ling-Ling's Bali Restaurant. The strategy used in this study is based on the SWOT analysis approach. With an internal score of 3.45 and an external score of 3.24, Ling-Ling's Bali is in a growth strategy position, as shown by the scores in the IE matrix. Based on the results of the analysis, Ling-Ling's Bali Restaurant can use the following strategies to increase sales: creating new products that can bring in more customers; improving the quality of existing products or services; expanding the target market network; adjusting prices to stay competitive; doing marketing activities all the time; giving all employees regular training; and, not to be forgotten, offering shuttle services.

Keywords: Strategy, Marketing, Sales, Restaurant, SWOT, IE Matrix