

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan pada restaurant seaweed canggu dalam menarik konsumen. Pengambilan sampel dari populasi menggunakan metode purposive sampling. Sampel penelitian ini adalah pihak-pihak yang berkompeten serta mengetahui tentang hal yang berhubungan dengan Restaurant Seaweed Canggu. Metode pengumpulan data yang digunakan antara lain observasi, wawancara, kuisisioner, dan metode studi pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor internal dominan yang mempengaruhi usaha menu makanan dan minuman Restaurant Seaweed Canggu dalam menjalankan operasional perusahaannya adalah faktor kekuatan, sedangkan faktor eksternal yang dominan adalah faktor peluang usaha yang dimiliki Restaurant Seaweed Canggu, sedangkan Strategi pemasaran yang dapat dilakukan pada Restoran Seaweed Canggu adalah Meningkatkan kualitas bahan baku makanan dan minuman yang digunakan tanpa menambah harga jual, Melakukan inovasi makanan dan minuman yang lebih bervariasi, Memanfaatkan teknologi yang modern seperti tiktok, instagram untuk sebagai media promosi, Memberi potongan harga bagi pelanggan setia, Lebih memperluas jaringan promosi iklan ke seluruh Bali, Melakukan pembenahan dekorasi yang estetik, Melakukan pelatihan untuk meningkatkan tenaga kerja, Meningkatkan kualitas produk, Mengembangkan hubungan baik dengan konsumen dan Mempertahankan harga yang relative murah dibanding dengan pesaing.

Kata Kunci: strategi pemasaran, Restaurant Seaweed Canggu, Analisis SWOT

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the marketing strategy used at the Canggu seaweed restaurant to attract consumers. Sampling from the population using a purposive sampling method the sample for this research is composed of parties who are competent and know about matters relating to the Canggu Seaweed Restaurant. Data collection methods used include observation, interviews, questionnaires, and literature study methods. The data analysis technique used is SWOT analysis. The results of the analysis show that the dominant internal factor that influences the food and beverage menu business of Restaurant Seaweed Canggu in carrying out its company's operations is the strength factor, while the dominant external factor is the business opportunity factor owned by Restaurant Seaweed Canggu. The marketing strategy that can be carried out at the Seaweed Restaurant in Canggu is to increase the quality of food and beverage raw materials used without increasing the selling price. Innovating more varied food and beverages, utilize modern technology like TikTok and Instagram to serve as a promotional medium. To give discounts to loyal customers. Further expand the advertising and promotion network throughout Bali, to make aesthetic decoration improvements, to conduct training to increase the workforce, to increase product quality, to develop a good relationship with the consumer, and to maintain the price relatively low compared to competitors.

Keyword: marketing strategy, Canggu Seafood Restaurant, SWOT Analysis