

## ABSTRAK

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan pertambahan jumlah penduduk maka pemenuhan kebutuhan pangan semakin bertambah. Hal tersebut membuka peluang para pelaku usaha untuk membuka rumah makan. Dari tahun ke tahun pelaku usaha untuk membuka rumah makan semakin bertambah. Hal tersebut memunculkan persaingan rumah makan, salah satu kategori bisnis dalam subsektor makanan dan minuman adalah bisnis restoran dan cafe. Laju pertumbuhan UMKM semakin pesat tiap tahunnya namun bukan berarti semua UMKM dapat sukses mempertahankan kelangsungan sendi bisnisnya. Salah satu penghambat bagi pelaku UMKM adalah faktor lingkungan, baik faktor lingkungan internal ataupun faktor lingkungan eksternal. Ketidaktahuan bagi pelaku UMKM mengantisipasi perubahan lingkungan tersebut dan tidak memiliki strategi pemasaran menyebabkan UMKM tidak memiliki daya saing dibandingkan dengan produk – produk lainnya. Analisis SWOT merupakan alternatif yang tepat untuk membantu UMKM menentukan strategi pemasaran dan mengantisipasi perubahan lingkungan bisnis tersebut. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan rumusan masalah. Pertama, bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan di Sukahati Café, Cibinong, Kabupaten Bogor. Kedua, bagaimana analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada Sukahati Cafe.

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan instrumen analisis tambahan untuk menganalisis data lingkungan Internal dan Eksternal Sukahati Cafe. Penelitian ini menggunakan instrumen ukur yaitu Analisis SWOT meliputi IFAS, EFAS, Diagram Cartesius, dan matriks SWOT. Lokasi penelitian yakni di Sentra Kuliner Cibinong, Jalan Sukahati Raya No.41, Cibinong, Bogor, Jawa Barat.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Sukahati Cafe untuk segi product, price, process, place, dan physical evidence sudah melakukan strategi tepat sasaran sesuai dengan tujuan perusahaan. Tetapi dari segi promotion dan people melakukan strategi yang kurang optimal sehingga perlu dievaluasi dua aspek tersebut. Strategi yang dapat digunakan Sukahati Café berdasarkan matriks SWOT yaitu *Growth Oriented Strategy*, target market masih sama yaitu bagi para Wisatawan (Keluarga) dengan segmen pasar untuk menengah dan menengah keatas, didapat hasil Analisis pada diagram cartesius analisis SWOT di tunjukkan bahwa nilai total skor tertinggi berada pada kuadran pertama di mana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Sukahati Cafe memiliki banyak peluang dan kekuatan sehingga dapat merebut dan memanfaatkan peluang yang ada sekaligus meminimalkan kelemahan serta mengatasi berbagai ancaman.

**Kata Kunci: UMKM, Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, IFAS, EFAS.**