

ABSTRAK

Saat ini banyak berdiri restoran atau kafe dengan berbagai jenis makanan yang disediakan. Untuk memenuhi gaya hidup para konsumennya beberapa restoran di kota Bandung mendesain bangunan memberikan fasilitas tambahan, agar konsumen merasa nyaman saat berada di restoran tersebut. Di tengah iklim bisnis yang ketat tersebut S28 mencoba menawarkan produk yang berbeda, dengan menawarkan ruangan kantor maupun ruang pertemuan dalam satu tempat. Persaingan ketat membuat para pengusaha rumah makan atau kafe harus merumuskan suatu strategi yang tepat untuk membidik konsumen, agar dapat mempertahankan eksistensi perusahaan dalam persaingan bisnis tersebut. Saat ini pertumbuhan pengunjung dan penerimaan S28 masih tidak stabil, akibatnya posisi bersaing perusahaan tidak meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari S28, untuk mengetahui peluang dan ancaman dari S28, untuk mengetahui strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh S28, untuk mengetahui prioritas strategi pemasaran yang harus dilakukan oleh S28

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan metode yang digunakan adalah kuantitatif dan kualitatif. Metode kualitatif digunakan untuk melakukan analisis SWOT. Sedangkan metode kuantitatif digunakan untuk melakukan analisis strategi dengan menggunakan AHP. AHP merupakan salah satu metode untuk membantu menyusun suatu prioritas dari berbagai pilihan dengan menggunakan beberapa kriteria. Dalam penelitian ini AHP digunakan untuk memilih prioritas strategi pemasaran yang harus dilakukan.

Hasil penelitian menggunakan AHP menunjukkan prioritas strategi pemasaran yang harus dilakukan pertama adalah menjaga kualitas produk dan pelayanan konsumen dengan nilai 0,423. Prioritas kedua hingga kelima secara berturut-turut yaitu evaluasi terhadap kemampuan restoran dalam menghadapi persaingan dengan nilai 0,329, penetrasi pasar dengan penguatan merek perusahaan dengan nilai 0,122, renovasi *layout* ruangan kafe dan ruang kantor/pertemuan dengan nilai 0,94, membuka cabang baru menjadi prioritas terakhir dengan nilai 0,31.

Kata kunci : Strategi pemasaran, *Porter five forces*, AHP, SWOT, Kafe S28 Bandung