

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan khususnya di daerah yang masih berkembang seperti daerah sungai bahar dalam usaha kedai kopi. Berdasarkan Hasil dari penelitian ini membuktikan *Matrik internal factor evaluation (IFE)* dalam Kedai Kopi Matoa adalah 3,1 dan *Matrik external factor evaluation (EFE)* adalah 2,8 yang menunjukkan bahwa bisnis kedai kopi matoa ini berada pada rating yang cukup baik. Strategi yang cocok untuk kedai kopi matoa yaitu menjalankan strategi SO (*Strength Opportunity*) dengan mengembangkan serta membuat produk baru untuk menarik perhatian konsumen dan membuat kolaborasi unik bersama mitra usaha dalam rangka memperkenalkan produk. Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan peneliti lain dapat melanjutkan dengan mengembangkan penelitian mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT atau dengan pendekatan lainnya serta penelitian selanjutnya bisa menggunakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif yaitu dengan mengembangkan penelitian yang sudah ada ke tahap selanjutnya.

Kata kunci : Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Meningkatkan Penjualan.

ABSTRACT

This research aims to determine marketing strategies to increase sales, especially in areas that are still developing, such as the Bahar River area in the coffee shop business. Based on the results of this research, it is proven that the internal factor evaluation (IFE) matrix in the Matoa Coffee Shop is 3.1 and the external factor evaluation (EFE) matrix is 2.8, which shows that the Matoa coffee shop business has a fairly good rating. A suitable strategy for the Matoa coffee shop is implementing a SO (Strength Opportunity) strategy by developing and creating new products to attract consumer attention and creating unique collaborations with business partners in order to introduce products. With this research, it is hoped that other researchers can continue by developing research on marketing strategies to increase sales using a SWOT analysis approach or other approaches and further research can use research with a quantitative approach, namely by developing existing research to the next stage.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Increasing Sales.