

ABSTRAK

Adanya persaingan yang dihadapi para pelaku bisnis kuliner karena kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran. Penelitian dilakukan untuk mengetahui “Strategi Pemasaran Ayam Sawce di Kota Bandung”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran ayam sawce di kota Bandung, untuk mengetahui kelemahan, kelebihan, peluang dan ancaman Ayam Sawce di Kota Bandung, dan untuk mengetahui hasil dari implementasi strategi pemasaran Ayam Sawce di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, dan verifikasi data. Teknik keabsahan data yang digunakan adalah uji *kredibilitas*, uji *transferability*, dan uji *depenability*. Subjek dari penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah restoran ayam sawce dimana didalamnya terdapat manajer dan karyawan ayam sawce.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Strategi pemasaran ayam sawce sudah berjalan dengan baik yaitu dengan cara *online* dan *offline*. 2) Kelebihan pemasaran dari promosi melalui sosial media, melayani dan memuaskan pelanggan sehingga pelanggan puas. Kelemahan pemasaran tempat yang kurang strategis dan kurang menarik untuk zaman sekarang. Peluang pemasaran dengan adanya sosial media maka masyarakat akan mudah mengenal dan berencana untuk membuka *franchise* untuk di luar kota Bandung. Ancaman pemasaran dengan adanya perkembangan zaman, sudah pasti akan menambah banyak pesaing baru yang akan menjadi kompetitor baru. 3) Ayam sawce telah menerapkan bauran pemasaran yang baik maka dari itu, ayam sawce dapat meraup keuntungan yang lebih banyak sesuai yang diharapkan.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Ayam Sawce

ABSTRACT

There is competition faced by culinary business actors due to a lack of knowledge about marketing strategies. The research was conducted to find out the "Marketing Strategy for Ayam Sawce in the City of Bandung". The purpose of this study was to determine the marketing strategy for Ayam Sawce in the city of Bandung, to determine the weaknesses, strengths, opportunities and threats of sawce chicken in the city of Bandung, and to determine the results of the implementation of the marketing strategy for sawce chicken in the city of Bandung.

This research uses descriptive qualitative method. Data analysis techniques used are data collection, data reduction, and data verification. The data validity technique used is the credibility test, the transferability test, and the dependability test. The main subject of the qualitative research instrument is the researcher. While the object of this study is the Ayam Sawce restaurant where there are managers and employees of Ayam Sawce.

The results of this study are 1) The Ayam Sawce marketing strategy has been going well, namely by online and offline methods. 2) The advantages of marketing from promotions through social media, serving and satisfying customers so that customers are satisfied. Weaknesses in marketing places that are less strategic and less attractive for today. Marketing opportunities with social media will make it easier for people to recognize and plan to open a franchise outside the city of Bandung. Marketing threats with the development of the times, it is certain that there will be many new competitors who will become new competitors. 3) Sawce chickens have implemented a good marketing mix and therefore, sawce chickens can reap more profits as expected.

Keywords: Strategy, Marketing, Ayam Sawce.