

ABSTRAK

Nama : Reinhart Suharta
Program Studi : Kewirausahaan
Judul : Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan Identifikasi Faktor Penyebab Jumlah Pelanggan Dan Stagnan Menggunakan Fishbone Diagram Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pelanggan dan Daya Saing Hello Cafe & Board Game Jakarta

Hello Cafe & Board Game adalah salah satu kafe permainan papan yang berdiri sejak 2017. Namun demikian, Hello Cafe & Board Game memiliki permasalahan seperti jumlah pelanggan yang stagnan dan timpang pasca pandemi covid-19. Diperlukan juga upaya dalam perencanaan strategi pemasaran yang diperoleh dari faktor internal dan faktor eksternal guna menetapkan posisi perusahaan sehingga dapat meningkatkan daya saing dengan kompetitor sejenis. Penelitian mengambil pendekatan campuran deskriptif. Penelitian memanfaatkan analisis *Fishbone Diagram*, analisis SWOT dan analisis QSPM. Hasil yang didapatkan dalam analisis *fishbone* bahwa Faktor penyebab hasil yang berasal dari internal dan eksternal perusahaan diartikan dan dianalisis melalui 5M dalam bentuk tulang ikan. Sementara dalam analisis SWOT menghasilkan nilai IFAS sebesar 2,68 dan EFAS sebesar 2.85. Dalam analisis QSPM strategi pemasaran yang disetujui dan menjadi daya tarik yakni memberikan layanan personalisasi pada target market yang dituju yakni usia 12 - 35 tahun.

Kata kunci: Identifikasi akar masalah, Strategi Pemasaran, Daya saing, Analisis *Fishbone Diagram*, Analisis SWOT, Analisis QSPM

ABSTRACT

Name : Reinhart Suharta
Study Program : Entrepreneurship
Title : Marketing Strategy Planning Using SWOT Analysis and Identifying Factors Causing Stagnant Number of Customers Using Fishbone Diagrams in an Effort to Increase the Number of Customers and Competitiveness of Hello Cafe & Board Game Jakarta

Hello cafe & board game is one of those boards game cafes standing since 2017. Nevertheless, hello cafes & board games have such issues as the number of customers who stagnated and lame after the covid-19 pandemic. It also requires effort in planning a marketing strategy acquired from internal and external factors to establish the company's position and thus increase competitiveness with competition of the same kind. Research is taking a descriptive blend approach. Research employs the fishbone diagram analysis, swot analysis and QSPM analysis. The results obtained in the fishbone analysis that the underlying factors of the company's internal and external results are interpreted and analyzed by 5m in the shape of fish bones. While in swot analysis, ifas measures 2.68 and efas 2.85 value. In QSPM analysis of approved marketing strategies, it is the attraction of rendering personalized services to targeted market targets at 12-35 years of age.

Kata kunci: Identification of root problems, Marketing Strategy, Competitiveness, Fishbone Diagram Analysis, SWOT Analysis, QSPM Analysis