

ABSTRAK

Clara mersiana Elfauzan, Strategi Pengembangan Restoran Saung Beureum Melalui Atraksi Wisata Budaya Untuk meningkatkan Penjualan, di bawah bimbingan Fitri Rahmafitria,SP.,M.Si dan Oce ridwanudin SE, MM

Penurunan *revenue* di Restoran Saung Beureum yang disebabkan karena banyaknya restoran yang muncul dan juga pengunjung yang datang hanya melihat pentas seni saja sehingga menyebabkan *revenue* yang menurun. Dampak dari fenomena tersebut Restoran Saung Beureum mengalami depresiasi pada minat wisatawan yang berkunjung. Jika terjadi secara terus menerus akan menyebabkan *revenue* yang terus menurun dan berujung pada kerugian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh internal dan eksternal serta strategi pengembangan bisnis. Objek dalam penelitian ini adalah Restoran Saung Beureum di Kabupaten Karawang.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner.. Teknik analisa data dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal Restoran Saung Beureum di Kabupaten Karawang berada pada tingkat hubungan yang kuat dan hasil matriks QSPM menunjukkan perusahaan perlu melakukan pengembangan pasar.

Kesimpulan hasil dari analisis matriks internal dan eksternal (IE) menunjukkan titik temu antara garis IFAS dan EFAS berada pada posisi *growth* (pertumbuhan) yang mengacu pada kegiatan untuk memperluas perusahaan. dari Matriks QSPM menunjukkan total atraktif skor (TAS) pada pengembangan pasar yang terdiri dari 5 pernyataan faktor internal, eksternal, peluang dan ancaman lebih besar dari penetrasi pasar itu artinya perusahaan dapat menetapkan strategi pengembangan pasar yang mengacu pada kegiatan memasarkan produk yang sudah ada ke pasar yang baru

Saran untuk penelitian ini restoran Saung Beureum mampu meningkatkan kualitas dan variasi produk sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup konsumennya serta meningkatkan kuantitas karyawannya agar semakin terampil dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Restoran Saung Beureum mampu mengembangkan pasar dengan cara membuka lokasi penjualan baru dengan tujuan agar mendapatkan pelanggan yang baru.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Strategi Pengembangan, Restoran

ABSTRACT

Clara Mersiana Elfauzan, *Strategy Development Restoran Saung Beureum Through Cultural Tourism Attraction To Increase Sales*, under Guidance of Fitri Rahmafitria,SP.,M.Si dan Oce ridwanudin SE, MM

Decline in revenue in Saung Restaurant Beureum caused because of the many restaurants that appear and also visitors who come just look at the performing arts alone, causing revenue to decline. The impact of the phenomenon Saung Restaurant Beureum depreciate the interest of tourists who visit. If it happens continuously will cause revenue continues to decline and resulted in losses.

This study aims to determine the internal and external influences as well as business development strategies. The object of this research is Saung Beureum Restaurants in Karawang.

The method used is descriptive method. Types and sources of data used are primary and secondary data. Data collection techniques used in this study were interviews and questionnaires . The data analysis using SWOT analysis. The results showed that the internal and external factors Restaurants Saung Beureum in Karawang is at the level of a strong relationship and result QSPM matrix indicates the company needs to conduct market development.

Conclusion The results of the analysis of internal and external matrices (IE) indicates the intersection between the lines IFAS and EFAS are at the growth (growth) which refers to activities to expand the company. of Matrix QSPM shows the total attractive scores (TAS) on the development of the market which consists of 5 statements internal factors, external opportunities and threats is greater than the market penetration it means the company can establish a market development strategy which refers to activities to market existing products to the market the new one

Suggestions for this study Saung restaurant Beureum able to improve the quality and variety of products according to the needs and lifestyles of consumers as well as increasing the quantity of employees to be more skilled and able to compete with other companies. Restaurant Saung Beureum able to develop the market by opening new sales locations in order to get new customers.

Keywords: Internal Factors, External Factors, Development Strategy, Restaurants