

## **Strategi Peningkatan Penjualan di Waroeng Steak and Shake Cabang Tamansari Bandung**

### **Abstrak**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah : mengetahui faktor-faktor internal dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penjualan di Waroeng Steak and Shake, dan mengetahui strategi peningkatan penjualan yang dapat diterapkan di Waroeng Steak and Shake berdasarkan analisis SWOT. Metodologi yang digunakan adalah kuantitatif dan deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dan pemberian kuisioner kepada 100 responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), matriks *External Factors Analysis Summary* (EFAS), matriks IE, diagram kartesius, matriks SWOT dan *Quantitative Strategy Planning Matrix* (QSPM). Hasil analisis menunjukkan terdapat sembilan alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Waroeng Steak and Shake, strategi utamanya yaitu memanfaatkan perkembangan teknologi untuk meningkatkan promosi dengan total skor 5,8. Penggunaan analisis SWOT ini diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan di Waroeng Steak and Shake dengan cara melakukan kegiatan promosi, bekerjasama dengan pihak ketiga atau memanfaatkan sumber daya manusia yang ada untuk mengoptimalkan program *delivery service*, penambahan luas lahan parkir, serta membuat tampilan desain interior, eksterior dan tata ruang menjadi lebih menarik.

**Kata Kunci :** Manajemen Strategi, Analisis SWOT, QSPM, IFAS, EFAS

## **Selling Increase Strategic in Waroeng Steak And Shake Tamansari Outlet Bandung**

### ***Abstract***

*The purposes of this research are: to find out the factor of internal the factor of external strategic such that affect sales in Waroeng Steak and Shake, and to find out the strategic priority that can be applied at Waroeng Steak and Shake. Method that used in this research is descriptive qualitative and quantitative analysis, by giving an interview and questionnare to a 100 consument. Data also has to be analyzed with matrix IFAS, EFAS, E, cartecius diagram, SWOT and QSPM. The analyzed result, shows, there are 9 (nine) alternative strategics that can be applied by Waroeng Steak and Shake, with take advantage from technology development for promotion increase with total of the scorers is 5,8. By using the SWOT analysis is expected to help the sales increasing of Waroeng Steak and Shake by promotion activities, involving third-party or using human resource to optimizing delivery programs, addition of parking lot, changing internal and external design to be more intertersting.*

**Keyword :** Strategic Management, SWOT Analysis, QSPM, IFAS, EFAS