

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN HAPPY TOAST DI SURABAYA

Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi pemasaran pada perusahaan Happy Toast di Surabaya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *five force analysis* untuk menganalisis struktur industri dan lingkungan eksternal perusahaan kemudian *SWOT analysis* untuk menganalisis perusahaan dari segi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Hasil analisis tersebut dimasukkan pada Tabel IFAS dan EFAS sehingga dapat ditemukan posisi perusahaan saat ini pada diagram kuadran matriks TOWS. Kemudian diterapkan strategi yang sesuai berdasarkan posisi perusahaan pada diagram kuadran matriks TOWS. Strategi ini diimplementasikan pada *marketing mix* guna mendapatkan pelanggan baru dan *customer relationship management* (CRM) untuk mempertahankan pelanggan lama. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk mengetahui struktur industri makanan saat ini, serta kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan. Observasi keadaan eksternal dan kegiatan pemasaran. Dokumentasi yang digunakan adalah data internal perusahaan. Hasil penelitian ini adalah posisi perusahaan saat ini berada pada kuadran 2 yakni ST. Perusahaan menggunakan strategi diversifikasi konsentris. *Marketing mix* Happy Toast pada aspek produk adalah perusahaan melakukan pengembangan produk tidak hanya roti panggang namun juga memproduksi dan menjual selai dengan beragam variasi rasa yang unik dan baru. Harga yang ditawarkan menggunakan *two part pricing* dan *prestige pricing*. Lokasi atau saluran distribusi perusahaan dengan membuka gerai di pusat makanan ataupun *mall* dan langsung menyalurkan ke konsumen. Promosi yang dilakukan perusahaan dengan menggunakan media sosial, media masa, *endorsement*, pameran, dan komunitas. Kegiatan CRM yang dilakukan perusahaan adalah *customer acquisition*, *customer retention*, *customer selection*, dan *customer extension*.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, *Five Force Analysis*, *SWOT analysis*, Tabel IFAS dan EFAS *marketing mix*, dan CRM.

ABSTRACT

MARKETING STRATEGIES FOR HAPPY TOAST IN SURABAYA

The purpose of this study is to formulate a marketing strategy for Happy Toast in Surabaya. This research is a qualitative descriptive study. It uses Five Forces analysis to analyze the industrial structure and external environment. It also uses SWOT analysis to assess the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The analysis result is then put in IFAS and EFAS Table for the company position to show up on the TOWS matrix quadrant diagram. Next, the position is used to determine the right strategy that will be implemented in Marketing Mix to gain new customers and use Customer Relationship Management (CRM) to maintain existing customers. The data collection methods in this study involve interviews, observation, and documentation. Interviews are used to determine the current structure of the food industry, as well as the company's strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Meanwhile, observation is conducted towards external circumstances and marketing activities. The company's internal data is used as a documentation source. Study result suggests that the company is in quadrant 2 (ST). Based on that, the right strategy for the company is concentric diversification strategy. The Marketing Mix analysis result suggests that Happy Toast should create more product variants and sell unique and fresh-flavored jam variety. Based on the two approaches, the pricing methods can be divided into two-part pricing and prestige pricing. Meanwhile, the recommended distribution channels are mall stores, food centers, and direct channels to consumers. In terms of promotion, the company should utilize social media, mass media, endorsements, exhibitions, and community groups. Additionally, CRM activities involve maximizing customer acquisition, customer retention, customer selection, and customer extension.

Keywords: *Marketing Strategy, Five Forces Analysis, SWOT analysis, IFAS Table, EFAS Marketing Mix, CRM*