

## **ABSTRACT**

### **MARKETING STRATEGY OF DIMSUM (A Case Study in Dimsum Moresto Bandar Lampung)**

**By**

**ARINDA NOVELA PUTRI**

Dimsum Moresto, one of the culinary business, needs to implement a marketing strategy in order to be competitive. The purposes of this study were 1) to identify the internal and external factors in Dimsum Moresto; 2) to determine the alternative strategies in Dimsum Moresto. The SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) method was used in this study. The steps of this study were to identify the internal and external factors, determine the matrix of IFE (Internal Factor Evaluation), EFE (External Factor Evaluation), position, and SWOT. The results showed that the main strength was good quality and taste; the main weakness was promotional activities that were not optimal; the main opportunity was the increasing public interest in dimsum, and the main threat was more innovative competitors. The results showed that the marketing strategy to be applied by Dimsum Moresto Enterprises was the SO (Strength-Opportunity). Alternative strategies that can be used were 1) improving the quality of dimsum products; 2) expand the franchise system, especially outside Lampung; 3) increase the intensity of attractive promos through online delivery applications.

Keywords : SWOT analysis, dimsum, marketing strategy

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI PEMASARAN USAHA DIMSUM (Studi Kasus di Dimsum Moresto Bandar Lampung)**

**Oleh**

**ARINDA NOVELA PUTRI**

Dimsum Moresto merupakan salah satu usaha kuliner yang perlu menetapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bersaing unggul. Tujuan penelitian ini adalah 1) mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang terdapat pada Usaha Dimsum Moresto; 2) menyusun alternatif strategi pemasaran Usaha Dimsum Moresto dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*). Metode yang digunakan adalah analisis SWOT. Tahapan penelitian yang dilakukan yaitu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, menganalisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*), menentukan matriks posisi, dan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi kekuatan utama yaitu kualitas dan rasa yang baik, kelemahan utama yaitu kegiatan promosi yang belum optimal, peluang utama yaitu ketertarikan masyarakat terhadap dimsum semakin banyak, dan ancaman utama yaitu pesaing yang lebih inovatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh Usaha Dimsum Moresto yaitu strategi SO (*Strength-Opportunity*). Alternatif strategi yang dapat digunakan yaitu 1) meningkatkan kualitas produk dimsum; 2) memperluas sistem waralaba khususnya keluar Lampung; 3) meningkatkan intensitas promo menarik melalui aplikasi *delivery online*.

Kata kunci : Analisis SWOT, dimsum, strategi pemasaran