

ABSTRAK

Rumah Makan Hidangan Nusantara adalah rumah makan khas Sumatera Barat atau Minangkabau yang terletak di dalam Perumahan Permata Buah Batu Ruko 06, kota Bandung. Rumah makan ini berdiri sejak tahun 2015, dan dikelola sendiri oleh pemilik. Kondisi rumah makan saat ini mengalami penurunan penjualan di karenakan kondisi persaingan di wilayah kota Bandung semakin ketat. Perlu dilakukan analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan kembali penjualan Rumah Makan Hidangan Nusantara. Sebelum penyusunan strategi pemasaran perlu dilakukan identifikasi terhadap faktor eksternal dan internal. Faktor-faktor yang di dapat tersebut dianalisis kembali dengan metode EFAS dan IFAS agar diketahui nilai terbesar yang mempengaruhi penurunan penjualan berdasarkan faktor internal dan eksternal. Penyusunan strategi dilakukan dengan metode Analisis TOWS dengan mengutamakan mempelajari dan menginvestigasi peluang faktor eksternal (*treaths/ opportunities*) karena dianggap bersifat lebih dinamis dan bersaing, setelah itu baru menganalisis faktor internal (*weaknesses/strengths*). Metode pengumpulan data eksternal dan internal tersebut dilakukan dengan cara wawancara langsung dengan pemilik rumah makan dan pesaing guna mendapatkan data primer dan sekunder. Berdasarkan dari hasil analisis TOWS Rumah Makan Hidangan Nusantara berada pada kuadran 4 yaitu Diversifikasi pada bagian ST (*Strength-Threat*) dimana posisi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman dari luar. Sehingga berdasarkan dari hasil analisis TOWS Rumah Makan Hidangan Nusantara perlu melakukan 2 strategi yaitu Melakukan Strategi Diversifikasi Konsentrik dan Melakukan Strategi Diversifikasi Horizontal.

Kata Kunci: Rumah Makan, Strategi Pemasaran, TOWS, EFAS, IFAS