

ABSTRAK

Fuego Roasthouse merupakan Restoran dengan Ayam Panggang sebagai produk inti mereka yang berlokasi di Kota Bandung. Fuego Roasthouse sudah berdiri sejak pada 17 Desember 2021 dan muncul sebagai merek yang berkembang di bawah naungan PT Gerbang Mas Bersama. Fuego Roasthouse dalam satu tahun terakhir mengalami beberapa gejala permasalahan yang diantaranya adalah penurunan pendapatan, pendapatan yang fluktuatif dan tidak tercapainya target penjualan bulanan. Setelah dilakukan observasi pada Fuego Roast didapatkan berapa faktor yang mempengaruhi permasalahan yang terjadi di Fuego Roasthouse, seperti nilai *heart share* yang rendah diperoleh dari jumlah *followers* pada Instagram yang jika dibandingkan dengan kompetitornya dinilai masih rendah. Selain itu jumlah variasi menu yang masih rendah jika dibandingkan dengan kompetitor dan belum diterapkannya komunikasi pemasaran yang optimal sehingga menyebabkan beberapa gejala permasalahan. Setelah melakukan observasi terhadap faktor-faktor yang menyebabkan permasalahan maka dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi di Fuego Roasthouse disebabkan oleh tiga aspek yang meliputi *product, promotion dan brand*. Terdapat sembilan atribut restoran Fuego Roasthouse yang digunakan dalam perceptual mapping terdiri dari atribut cita rasa, variasi menu, ruang makan bersih, kesesuaian harga, keterampilan staf, standar pelayanan, lokasi, desain interior dan luas parkir. Posisi setiap restoran dalam *perceptual mapping* berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh dari persepsi konsumen. Kondisi persaingan restoran dibagi menjadi tiga wilayah A, B dan C sesuai dengan jarak *euclidean* antar restoran. Pada wilayah A terdapat restoran Fuego Roasthouse dan Hara. Pada wilayah B terdapat restoran Bonfire Roast & Grill dan Samiya. Sedangkan pada wilayah C terdapat restoran Nought & Crosses dan The Kamasan. Hasil dari penyusunan tugas akhir ini adalah rekomendasi perbaikan strategi *positioning* agar dapat membantu Fuego Roasthouse dalam menyelesaikan permasalahan dan menaikkan penjualan.

Kata Kunci: Fuego Roasthouse, Multidimensional Scaling, SWOT, Perceptual Mapping, Positioning.