ABSTRAK

Bisnis kuliner merupakan bisnis yang memiliki perkembangan yang besar. Ketatnya persaingan dalam bisnis ini menjadi alasan yang kuat untuk melakukan analisis pasar guna menentukan strategi yang tepat. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah menggunakan SWOT dan Matriks GE. Restoran Chicken Crush adalah objek yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis STP dengan menggunakan pendekatan SWOT dan Matriks GE. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen dari Restoran Chicken Crush adalah pelajar dari kelompok umur 16 hingga 30 tahun serta alasan konsumen memilih Restoran Chicken Crush sebagai tempat menikmati makanan adalah karena lokasinya yang strategis. Berdasarkan analisis SWOT, Restoran Chicken Crush berada pada kuadran I yaitu memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Berdasarkan analisis Matriks GC, Restoran Chicken Crush berada pada sel 5 yaitu strategi yang harus dilakukan adalah identifikasi pertumbuhan segmen, investasi, dan spesialisasi. Peramalan permintaan dilakukan untuk mengetahui perkembangan permintaan yang akan mendukung strategi yang akan dilalukan. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, metode peramalan yang digunakan adalah Metode Regresi Linier. Pertumuhan permintaan pada Restoran Chicken Crush tergolong kecil yaitu 0,25% sehingga perlu dilakukan strategi baru untuk memenangkan persaingan.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, STP, SWOT, Matriks GE, Chicken Crush, Forecasting*