

## ABSTRAKSI

Diantia Gresafira, Nomor Induk Mahasiswa 152180083, Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Strategi Bauran Pemasaran pada The Cook House dengan Menggunakan Metode SWOT dan *Analytic Network Process* (ANP)”. Pembimbing satu Saaptika Kancana dan Pembimbing dua Sadeli.

Persaingan pasar industri catering di DIY cukup ketat. The Cook House merupakan salah satu catering yang berada di Sleman, DIY. Dari data jumlah *followers Instagram* diketahui The Cook House menempati urutan ke enam dalam persaingannya. Selain itu, penjualan The Cook House pada 2022 mengalami penurunan lebih banyak dan polaritas turunya penjualan sangat tajam dibandingkan pada 2021. Pemilihan strategi bauran pemasaran yang tepat dapat meningkatkan penjualan dan daya saing pada The Cook House. Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui alternatif strategi bauran pemasaran yang sesuai dengan kondisi lingkungan The Cook House berdasarkan metode SWOT dan mengetahui prioritas alternatif strategi bauran pemasaran yang tepat berdasarkan metode *Analytic Network Process* (ANP).

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner tertutup terhadap delapan informan yang dipilih menggunakan teknik *judgemental sampling*. Sebelum melakukan penelitian, instrumen diuji terlebih dahulu dengan triangulasi teknik dan setelah dinyatakan valid dan reliabel, maka data tersebut dianalisis melalui tiga tahap, yaitu Tahap Input (*Input Stage*): Matriks IFE dan EFE, Tahap Pencocokan (*Matching Stage*): Diagram SWOT dan Matriks SWOT, dan Tahap Keputusan (*Decision Stage*): *Analytic Network Process* (ANP).

Hasil analisis diagram SWOT menyatakan bahwa posisi The Cook House berada pada Kuadran I dengan hasil IFE sebesar 3,186 dan EFE sebesar 3,186. Dari hasil matriks SWOT diperoleh tiga alternatif strategi yang merupakan strategi S-O (*Strengths-Opportunities*), yaitu strategi yang mendukung pertumbuhan agresif seperti strategi penetrasi, strategi pengembangan pasar, dan strategi pengembangan produk. Berdasarkan hasil *Analytic Network Process* (ANP), strategi bauran pemasaran yang tepat adalah strategi pengembangan pasar dengan *affiliate marketing* melalui *link* berisi *referral code* yang dapat disebarluaskan melalui media sosial dan media internet untuk menjangkau pasar baru dan pasar yang lebih luas dengan bobot normalisasi *limiting matrix* tertinggi 0,173077.

**Kata Kunci:** Manajemen Strategi, Strategi Bauran Pemasaran, SWOT, *Analytic Network Process* (ANP).