

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PRODUK MAKANAN KHAS KOREA
(STUDI KASUS PADA KIRIN “KIMBAB RINA” MALANG)**

Evi Cornelia

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
email: evicornelia15@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan faktor penting dalam bidang pemasaran dan keberhasilan dari pemasaran itu sendiri, strategi pemasaran juga digunakan untuk dapat meningkatkan penjualan produk yang di pasarkan, perkembangan suatu budaya populer juga menuntut pengusaha untuk dapat melakukan berbagai inovasi dalam bidang pemasaran bukan hanya dalam hal makanan saja tapi juga sebagai sarana pemuas rasa penasaran akan budaya populer yang dialami konsumen. Budaya populer Korea menyebar dengan sangat cepat termasuk di Indonesia, dan membuat makanan khas Korea di cari, atas dasar tersebut tujuan dari penelitian ini adalah : 1) bagaimana analisis strategi pemasaran untuk pemasaran produk makanan. 2) bagaimana strategi pemasaran yang efektif untuk dapat meningkatkan penjualan produk makanan khas Korea pada Kirin “Kimbab Rina”.

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data dari data primer dan data skunder. Teknik analisis menggunakan matriks IFE, matriks EFE, matriks IE, matriks SWOT dan matriks QSPM.

Hasil analisis dari matriks QSPM dapat disimpulkan strategi yang kemudian akan dipilih menjadi strategi utama yang akan digunakan oleh Kirin “Kimbab Rina”Malang yaitu memanfaatkan dan menggunakan penyebaran Korean Wave untuk mengenalkan Kimbab Shop.

Kata Kunci : *Strategi Pemasaran, Budaya Populer, Makanan, Analisis SWOT.*

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- David, F. R. 2009. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Penerbit, Salemba Empat.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.