

FORMULASI STRATEGI BERSAING (STUDI KASUS PADA RUMAH MAKAN SINAR MUDA CABANG PANAM PEKANBARU)

Almi Oktianti¹ Endang Sutrisna²

Program Studi Administrasi Bisnis - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This research was conducted at Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam. This business is engaged in culinary Padang food. The purpose of this research is to formulate a competitive strategy formulation on Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam using SWOT analysis techniques. This research is a descriptive research with a qualitative approach, where in this study only uses key informants to get the information needed. The types of data sources used in this study are primary data, namely data obtained through direct interviews. From the results of the analysis it can be seen that there are several alternative strategies that can be used as a tool to win competition in the culinary business of Padang cuisine. One strategy that can be applied to the ST strategy is the strategy implemented based on the utilization of the strengths to minimize the threats

Keywords : *Competitive Strategi, SWOT Analysis, Alternative Strategy*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di zaman yang serba modern ini dimana semua serba praktis dan efisien, orang tidak ingin selalu repot masak sendiri dirumah karena sudah banyak restoran atau depot-depot yang menjual makanan yang bisa dipilih sesuai dengan selera masing-masing. Banyak juga keluarga-keluarga yang meluangkan waktunya seminggu sekali untuk berkumpul bersama sembari makan diluar rumah untuk mempererat ikatan kekeluargaan mereka, kalangan eksekutif yang menggunakan kesempatan makan ini sebagai ajang untuk berbisnis, penyelenggaraan pesta, dan lain-lain. Hal inilah yang memancing banyaknya pebisnis memilih untuk menjalankan bisnis rumah makan.

Berbeda dengan bisnis jasa dan produksi barang yang lain, usaha makanan atau rumah makan adalah usaha yang tak mengenal musim. Saat krisis melanda, masyarakat bisa menahan diri untuk tidak membeli baju baru akan tetapi tidak mampu bertahan jika tidak makan. Pada zaman yang serba berkembang seperti saat ini, semakin sedikit masyarakat yang mempunyai banyak waktu untuk memasak. Apalagi mahasiswa-mahasiswi serta pegawai kantoran yang tidak memiliki waktu untuk memasak lebih mengandalkan adanya rumah makan yang berada di sekitaran wilayah kampus maupun tempat tinggal mereka. Banyaknya jumlah rumah makan yang berkembang saat ini, merupakan fenomena yang terlihat jelas, mulai dari rumah makan yang berskala kecil hingga yang berskala Internasional. Di Kota Pekanbaru bisnis rumah makan sudah menjamur di setiap sudut kota, terlebih lagi rumah makan yang bercirikan khas dari daerah Sumatera Barat yang biasa dikenal dengan rumah makan Padang. Rumah makan Padang merupakan rumah makan yang menyajikan masakan khas Sumatera Barat.

Rumah Makan Sinar Muda adalah salah satu rumah makan besar yang sudah berdiri cukup lama di Kota Pekanbaru, Rumah Makan Sinar Muda menyediakan makanan khas Sumatera Barat. Rumah Makan Sinar Muda memiliki 3 outlet, Salah satu outlet Rumah Makan Sinar Muda berlokasi di Jl. SM Amin, Panam. Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam ini memiliki lokasi yang sangat strategis yaitu berada di jalan protokol yang cukup ramai dilalui masyarakat, serta berlokasi dekat dengan salah satu Perguruan Tinggi Negeri ternama di Pekanbaru dan beberapa kantor instansi pemerintahan yang dapat dijadikan pasar utama dalam memasarkan produknya. Dengan banyaknya usaha Rumah Makan Padang yang berskala besar di Kota Pekanbaru khususnya di daerah Panam, hal tersebut menjadi tantangan bagi Rumah Makan Sinar Muda dalam memenangkan persaingan dalam mendapatkan konsumen.

Penentuan kebutuhan, keinginan, minat pasar sasaran serta memberikan kepuasan konsumen dengan efektif dan efisien merupakan tugas dalam mengelola pemasaran perusahaan sehingga perusahaan dapat memenangkan persaingan (Kotler & Amstrong, 2012). Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, terutama mencari solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan yang ketat ini. Bagi Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam strategi bersaing memiliki peran penting untuk mendapatkan posisi pangsa pasar tertinggi mengalahkan para pesaingnya. Strategi yang diterapkan oleh Rumah Makan Sinar Muda diantaranya yaitu, membuka cabang baru di daerah lain, melakukan evaluasi kinerja untuk meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen yang salah satunya dilakukan dengan cara memberi gratiskan untuk semua jenis produk dalam menyambut bulan suci Ramadhan.

Bagi Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam strategi bersaing memiliki peran penting untuk mendapatkan posisi pangsa pasar tertinggi mengalahkan para pesaingnya. Strategi yang diterapkan oleh Rumah Makan Sinar Muda diantaranya yaitu, membuka cabang baru di daerah lain, melakukan evaluasi kinerja untuk meningkatkan kualitas produk maupun pelayanan, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen yang salah satunya dilakukan dengan cara memberi gratiskan untuk semua jenis produk dalam menyambut bulan suci Ramadhan. Strategi bersaing sangat erat kaitannya dengan faktor lingkungan perusahaan, Perusahaan tidak terlepas dari berbagai macam perubahan yang bersumber dari lingkungan, baik itu lingkungan Eksternal maupun lingkungan Internal perusahaan. Maka Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam perlu memperhatikan aspek lingkungan. Salah satu model atau alat yang bisa dipakai dalam menganalisa lingkungan perusahaan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunity, dan Threats*). "Analisis SWOT adalah analisis terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dan dihadapi perusahaan" Rangkuti (2009). Faktor internal mempengaruhi terbentuknya *Strength* dan *Weakness* (Kekuatan dan Kelemahan). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, faktor ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional seperti: pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan atau *corporate culture* (Fahmi, 2014).

Setelah mengetahui lingkungan Internal yang dihadapi, maka analisis lingkungan Eksternal perlu dilakukan guna mengetahui apa yang menjadi peluang (*Opportunity*) dan apa yang menjadi ancaman (*Threats*) dari perusahaan. Faktor eksternal

mempengaruhi terbentuknya *Opportunity* dan *treath* (Peluang dan Ancaman). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya (Fahmi, 2014). Penggunaan analisis SWOT nantinya akan menghasilkan adanya beberapa alternatif strategi untuk pengambilan keputusan yang nantinya kita harus memilih alternatif strategi mana yang baik dijalankan, karena tidak mungkin untuk menjalankan semuanya karena nantinya akan membutuhkan biaya pengoperasian yang mahal. Alternatif stratetgi tersebut dapat diterapkan sebagai bekal dalam menghadapi persaingan sehingga tujuan dari perusahaan senantiasa akan dapat dicapai. Permasalahan mengenai faktor internal dan eksternal yang penulis paparkan mengenai Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam yang dikemukakan dalam latar belakang tersebut maka peneliti mengambil topik penelitian dengan judul **“Formulasi Strategi Bersaing (Studi Kasus Pada Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam Pekanbaru)”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis jelaskan sebelumnya, maka perumusan masalah yang akan penulis angkat yaitu **“Bagaimana Menentukan Strategi Bersaing Pada Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam Di Pekanbaru Berdasarkan Analisis SWOT?”**

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Mengidentifikasi faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam Pekanbaru.
- b. Mengidentifikasi faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman yang dihadapi Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam Pekanbaru.
- c. Merumuskan strategi bersaing berdasarkan SWOT yang tepat sesuai kondisi internal dan eksternal yang dilakukan Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Manafaat Secara Teoritis
Menambah wawasan yang diharapkan dapat bermanfaat untuk penelitian dan pengembangan kajian teori yang ada di bidang pemasaran.
- b. Manfaat secara Praktis
 1. Bagi Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam Pekanbaru, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi manajemen perusahaan dalam melihat kondisi perusahaan saat ini., dan bagaimana menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.
 2. Bagi penulis, penelitian berguna sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis untuk lebih memahami kegiatan ekonomi secara langsung yang bertitik fokus pada kegiatan usaha khususnya mengenai strategi bersaing yang berkaitan dengan analisis SWOT.

KERANGKA TEORI

a. Pengertian Strategi Dan Manajemen Strategi

Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (David, 2012). Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. (Hunger dan Wheelen, 2003) manajemen strategis adalah seni ilmu pengetahuan formulasi, implementasi dan evaluasi-evaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya (David, 2012). Manajemen strategis adalah seni dan ilmu untuk pembuatan (*formulating*), penerapan (*implementing*), dan evaluasi (*evaluating*) keputusan-keputusan strategis antara fungsi yang memungkinkan sebuah perusahaan mencapai tujuan di masa yang akan datang. Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Hunger dan Wheelen, 2003).

b. Strategi Bersaing

Strategi bersaing perusahaan merupakan langkah-langkah strategi yang terencana maupun tidak terencana untuk dapat memiliki keunggulan bersaing sehingga dapat menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan terhadap tekanan dari pesaing (Hariadi, 2005). Inti dari perumusan strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya walaupun lingkungan yang relevan dan sangat luas. Mencakup kekuatan-kekuatan sosial dan juga kekuatan-kekuatan ekonomi, aspek kunci dari lingkungan perusahaan adalah industri-industri dimana perusahaan tersebut bersaing (Porter 2007). Strategi jangka panjang seharusnya diperoleh dari suatu usaha perusahaan untuk mencari keunggulan bersaing berdasarkan salah satu dari ketiga strategi generik. Strategi generik tersebut adalah:

1. Strategi Keunggulan Biaya Menyeluruh

Pengendalian biaya dan *overhead* yang ketat serta meminimalkan biaya-biaya dalam bidang litbang, pelayanan, armada penjualan, periklanan dan lain-lain. Biaya yang relatif lebih rendah dari pesaingnya akan menjadi faktor utama yang menjawai keseluruhan strategi pemasaran, meskipun mutu dan bidang pelayanan jasa lainnya tidak dapat diabaikan. Dengan memiliki biaya rendah akan membantu perusahaan mendapatkan laba diatas rata-rata dan memberikan perusahaan tersebut ketahanan terhadap rivalitas dari pada pesaing karena biaya yang lebih rendah memungkinkan perusahaan untuk tetap mendapatkan laba setelah para pesaingnya mengorbankan laba mereka dari persaingan (Porter, 2007).

2. Strategi Diferensiasi

Strategi ini adalah strategi untuk mendiferensiasikan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dengan menciptakan suatu produk atau jasa baru yang dirasakan oleh seluruh industri sebagai sesuatu yang unik. Pendekatan ini bukan hanya untuk meningkatkan mutu fisik dari produk atau jasa saja, tetapi juga dapat menciptakan nilai tertentu bagi pembeli.

3. Strategi Fokus

Strategi generik terakhir adalah fokus, memusatkan pada kelompok pembeli, segmen lini produk, atau pasar geografis tertentu. Jika strategi biaya rendah dan strategi diferensiasi ditujukan untuk mencapai sasaran merekadikeseluruhan industri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target tertentu secara baik.

ANALISIS SWOT

1. Pengertian Analisis SWOT

Analisis situasi merupakan awal proses perumusan strategi. Analisis situasi juga mengharuskan para manajer strategis untuk menemukan kesesuaian strategis antara peluang-peluang eksternal dan kekuatan-kekuatan internal, di samping memperhatikan ancaman-ancaman eksternal dan kelemahan-kelemahan internal. Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategi dasar adalah melalui Analisis SWOT. Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT adalah proses identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna untuk merumuskan strategi perusahaan yang terbaik. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategi perusahaan selalu berkaitan erat dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan (Rangkuti, 2015). Kekuatan adalah kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dapat membantu perusahaan melayani konsumen dan mencapai tujuannya. Kelemahan adalah keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan. Peluang adalah faktor atau tren yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan untuk memperoleh keuntungan. Ancaman adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan (Kotler dan Armstrong, 2008).

2. Matriks SWOT

Untuk memudahkan analisis SWOT diperlukan matriks SWOT, yang dimaksudkan untuk mempermudah merumuskan berbagai strategi yang perlu dijalankan oleh perusahaan. Matrik ini dibuat dengan mengelompokkan masing-masing unsur masalah SWOT ke dalam tabel matriks. Matriks SWOT ini adalah alat yang dipakai untuk penyusunan faktor-faktor strategi perusahaan dimana matrik ini nantinya dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks SWOT berguna untuk melakukan *matching* antara kekuatan dan peluang (strategi *Strength-Opportunity*) atau disebut strategi *progresif*, kekuatan dengan ancaman (strategi *strength-Threats*) atau disebut *diversifikasi strategi*, kelemahan dengan peluang (strategi *Weakness-Opportunity*) atau ubah strategi, serta kelemahan dengan ancaman (strategi *Weakness-Threatsh*) atau disebut dengan strategi *defensif* (Rangkuti, 2015). Untuk melihat bagaimana Matriks SWOT dapat memudahkan untuk menganalisis SWOT dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

PENELITIAN TERDAHULU

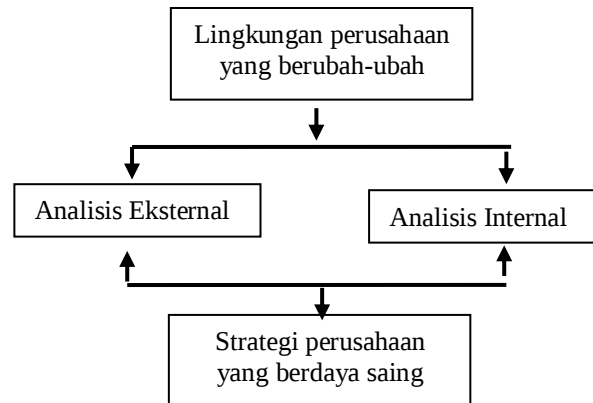
Nizar Sapta Nuary (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT pada PT. Super Sukses Motor Banjarmasin”. Alat analisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Perusahaan harus mengkaji ulang strategi pemasaran yang dilakukan, sehingga dapat memenangi persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini.

Hayatul Mardiyah (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis SWOT Dalam Mengetahui Strategi Bersaing (Kasus Hotel Pangeran Pekanbaru)”. Alat analisis menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa Untuk

memenangi persaingan bisnis yang semakin ketat, Hotel Pangeran harus membuat strategi baru yang berkaitan dengan harga, peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas yang disediakan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Dari tinjauan pustaka dan beberapa teori serta pemahaman terhadap penelitian maka berikut ini dibentuk kerangka pemikiran :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

FOKUS PENELITIAN

Fokus Penelitian digunakan untuk menghindari keraguan dan kesalah pahaman dalam memberikan arti serta persepsi terhadap beberapa konsep yang digunakan. Guna mempermudah untuk mengadakan analisa dan pengukuran dalam penelitian ini, maka dibuat suatu batasan yang akan digunakan dalam penelitian ini. Batasan penelitian tersebut ialah:

1. Strategi adalah rencana menyeluruh dari serangkaian tindakan yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan. Tujuan tersebut dapat dicapai dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
2. Strategi bersaing adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam memenangkan sebuah pasar sasaran dengan cara memberikan keunggulan dalam bersaing, menganalisis pesaing serta melaksanakan strategi pemasaran bersaing yang efektif.
3. Kekuatan (*Strength*) adalah kemampuan internal, sumber daya, dan faktor situasional positif yang dimiliki oleh suatu perusahaan dan dapat membantu perusahaan memenuhi permintaan konsumen dan mencapai tujuannya.
4. Kelemahan (*Weakness*) adalah keterbatasan internal dan faktor situasional negatif yang dapat menghalangi performa perusahaan.
5. Peluang (*Opportunities*) adalah faktor atau trend yang menguntungkan pada lingkungan eksternal yang dapat digunakan untuk memperoleh keuntungan.
6. Ancaman (*Treath*) adalah faktor pada lingkungan eksternal yang tidak menguntungkan yang menghadirkan tantangan bagi performa perusahaan.
7. Analisis SWOT adalah alat analisa yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi yang nantinya akan dilakukan suatu evaluasi untuk mencari strategi bersaing seperti apa yang dilakukan kedepannya pada Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif kualitatif, Karena bertujuan untuk menggambarkan keadaan atas fenomena dilapangan. Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan atau memaparkan sesuatu hal, misalnya keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain-lain (Arikunto, 2007).

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam yang beralamatkan di Jl. S.M Amin, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan data dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi (Sugiyono, 2009).

3. Populasi dan sampel

a. Populasi

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi social situation atau situasi social yaitu kesinambungan antara tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Pada situasi social peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas orang-orang yang ada pada tempat tertentu (Sugiyono, 2009). Objek penelitian ini adalah Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam.

b. Sampel

Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian. Sampel dalam penelitian kualitatif juga bukan disebut sampel statistik, tetapi sampel teoritis karena tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menghasilkan teori (Moleong, 2005). Sampel yang akan digunakan penulis pada penelitian ini adalah pimpinan pada usaha Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam karena memiliki informasi yang nyata dan lebih mengetahui dengan baik tentang segala aktifitas kegiatan usaha serta tiga orang karyawan yang menguasai bidangnya masing-masing dan tiga orang konsumen yang dipilih secara acak.

c. Jenis dan Sumber Data

Untuk membantu penulis dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis dan sumber data yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian ini melalui wawancara langsung kepada pimpinan dan karyawan serta konsumen Rumah Makan Sinar Muda Cabang Panam yang diberikan beberapa pertanyaan-pertanyaan yang terkait seputar faktor lingkungan bisnis apa yang dimiliki oleh usaha tersebut.

d. Teknik pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah “dengan cara apa dan bagaimana data yang diperlukan dapat dikumpulkan sehingga hasil akhir penelitian mampu menyajikan informasi yang valid dan reliabel” (Bungin, 2003). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode wawancara.

e. **Teknik analisis data**

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca, dipahami dan diinterpretasikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threatss*) pada Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam di Pekanbaru.

- 1) Kekuatan (*Strength*)
 - a. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau.
 - b. Karyawan bekerja secara maksimal.
 - c. Kualitas makanan yang terjaga setiap harinya.
 - d. Menu yang ditawarkan beragam.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Kurang memaksimalkan kegiatan promosi.
 - b. Fasilitas yang disediakan masih kurang lengkap.
 - c. Lokasi usaha yang kurang luas.
- 3) Peluang (*Opportunity*)
 - a. Lokasi yang sangat strategis
 - b. Pangsa pasar yang masih terbuka
 - c. Mudah nya mendapatkan bahan baku
- 4) Ancaman (*Threatss*)
 - a. Banyaknya pesaing yang memasarkan produk yang sama.
 - b. Tempat usaha yang masih sewa.
 - c. Harga bahan baku tidak stabil.
 - d. Selera konsumen yang berubah-ubah.

B. SWOT sebagai strategi bersaing yang diterapkan oleh Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam berdasarkan matrik SWOT

Strategi *Strength – Opportunity*

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk memanfaatkan dan merebut peluang sebesar-besarnya (Rangkuti, 2006). Berikut rekomendasi strateginya:

a. Perluasan pangsa pasar

Melihat pangsa pasar yang masih terbuka dan diikuti jumlah penduduk yang dari tahun ke tahunnya semakin bertambah, maka bisnis ini dapat memaksimalkan peluang tersebut untuk lebih berkembang lagi, salah satunya yaitu dengan cara membuka cabang didaerah lain, maka hal ini akan mempermudah perusahaan dalam menjangkau konsumennya.

b. Memaksimalkan penggunaan lahan yang ditempati saat ini

Lahan yang ditempati Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam saat ini kurang cukup luas untuk menampung konsumennya, untuk itu Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam harus dapat memaksimalkan lahan yg dimiliki tersebut agar dapat menampung konsumen dan pihak rumah makan juga dapat menata outletnya dengan lebih baik dan dapat menyediakan fasilitas yang cukup lengkap sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman dan puas.

c. Memanfaatkan pasar semaksimal mungkin

Kota Pekanbaru merupakan ibukota dari provinsi Riau yang mana memiliki penduduk dengan jumlah yang besar. Sebagai ibukota provinsi, Pekanbaru menjadi pusat pemerintahan provinsi Riau, dan banyak terdapat pelaku usaha yang mendirikan usahanya di kota Pekanbaru, hal ini menyebabkan banyaknya masyarakat perantauan yang mencoba peruntungan di kota Pekanbaru. Dengan situasi seperti ini sangat menguntungkan bagi Rumah Makan Sinar Muda dalam mendapatkan konsumen lebih banyak lagi. Salah satu cara yang dapat dilakukan Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam yaitu dengan menjalin kerjasama dengan perusahaan dan instansi pemerintahan yang berada dekat dengan Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam.

Strategi Weakness-Opportunity

Strategi WO merupakan strategi yang diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada (Rangkuti, 2006). Berikut merupakan rekomendasi strateginya:

1. Memaksimalkan kegiatan promosi

Promosi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menyebarkan informasi untuk mempengaruhi atau membujuk calon konsumen agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan. Maka dari itu, kegiatan promosi penting untuk dilakukan lebih maksimal lagi oleh Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam agar produk yang ditawarkan dapat lebih dikenal oleh konsumen sehingga hal tersebut akan menjadi peluang untuk mendapatkan konsumen lebih banyak lagi.

2. Mengoptimalkan sarana dan prasarana yang dimiliki

Salah satu faktor penting dalam mendirikan suatu usaha yaitu ketersediaan sarana dan prasarana untuk melancarkan kegiatan operasional perusahaan. Dengan tersedianya sarana dan prasarana yang cukup lengkap maka hal ini akan memudahkan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya dan juga dapat menunjang kenyamanan konsumen sehingga para konsumen mendapatkan kepuasan dan berperilaku loyal terhadap perusahaan.

3. Memanfaatkan perkembangan jumlah penduduk

Setiap badan usaha selalu berorientasi terhadap konsumen, termasuk pada usaha rumah makan. Dengan semakin meningkatnya jumlah penduduk maka dapat dipastikan jumlah konsumen pun meningkat, hal ini lah yang perlu dimanfaatkan oleh Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam agar bisa memanfaatkan perkembangan penduduk tersebut untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyak nya.

Strategi Strength-Threats

Strategi ST merupakan strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meminimalisir segala ancaman yang ada (Rangkuti, 2006). Berikut rekomendasi strateginya:

a. Menciptakan inovasi baru

Menciptakan sesuatu yang berbeda dari pada yang lain atau yang lebih umum disebut dengan Inovasi yang bertujuan agar perusahaan menjadi lebih baik dan mendapatkan keuntungan dari terciptanya inovasi tersebut. Inovasi

yang diciptakan haruslah semenarik mungkin dan terlihat mencolok agar konsumen sadar bahwa apa yang dimiliki oleh Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam berbeda dengan rumah makan padang lainnya.

b. Meningkatkan kualitas produk

Kualitas produk yang ditawarkan merupakan hal yang harus sangat diperhatikan. Setiap perusahaan harus menciptakan produk yang berkualitas, karena hal tersebut akan mempengaruhi minat beli konsumen. Selain menjaga kualitas produk, peningkatan kualitas produk tersebut juga harus dilakukan agar produk yang dihasilkan bernilai lebih dan dapat membuat konsumen tidak merasa bosan dengan produk tersebut.

c. Memaksimalkan kualitas pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan dilakukan oleh perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus yang terbaik dan juga harus selalu ditingkatkan agar kepuasan konsumen dapat meningkat dan akan membuat konsumen merasa puas serta hal ini akan membuat konsumen bersikap loyal terhadap perusahaan.

Strategi Weakness-Threats

Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Rangkuti, 2006).

a. Menjaga hubungan baik dengan konsumen

Dalam setiap menjalankan kegiatan usaha, konsumen memiliki peranan yang sangat penting dalam mewujudkan tujuan dari perusahaan, tanpa adanya konsumen kegiatan transaksi jual-beli tidak akan terjadi. Menjaga hubungan baik dengan konsumen adalah salah satu cara untuk terus mempertahankan konsumen yang sudah, karena pada persaingan yang ketat seperti sekarang ini cukup sulit untuk mendapatkan konsumen, sehingga dengan konsumen yang sudah ada maka hal ini harus dijaga dengan sebaik-baiknya agar konsumen tersebut tidak berpindah ke rumah makan yang lain.

b. Menjaga hubungan baik dengan pemilik lahan

Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam masih menyewa lahan yang ditempati saat ini, untuk mempertahankan agar terus dapat menggunakan lahan tersebut, pihak Rumah Makan Sinar Muda harus selalu menjaga hubungan baik dengan pemilik lahan agar kerjasama yang sudah ada dapat terjalin dengan baik.

c. Menjaga hubungan baik dengan pemasok

Bahan baku yang digunakan oleh Rumah Makan Sinar Muda cukup mudah untuk didapatkan, namun tidak menutup kemungkinan bahwa suatu saat terjadi kendala dalam mendapatkan bahan baku tersebut. Untuk mengantisipasi hal tersebut terjadi pihak Rumah Makan Sinar Muda harus menjaga hubungan baik dengan para pemasok yang telah dimiliki agar ketersediaan bahan baku tersebut tetap lancar sehingga tidak mengganggu kegiatan operasional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menyajikan kesimpulan dan saran yang mungkin akan bermanfaat bagi Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam untuk dapat bersaing dengan rumah makan padang lain dan menjadi rumah makan padang yang lebih unggul dimasa yang akan datang.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Analisis lingkungan internal Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam terdiri dari *Strength* (kekuatan) yaitu, harga yang ditawarkan cukup terjangkau, kualitas makanan yang terjaga dan segar setiap harinya, karyawan yang bekerja secara profesional dan optimal, dan menu makanan yang ditawarkan beragam. Sedangkan *Weakness* (kelemahan) yang dimiliki adalah kurang memaksimalkan kegiatan promosi, fasilitas yang disediakan kurang lengkap, dan tempat yang kurang luas.
2. Analisis lingkungan eksternal Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam terdiri dari *Opportunity* (peluang) yaitu, lokasi usaha yang sangat strategis, pangsa pasar yang masih terbuka lebar, dan bahan baku yang digunakan mudah untuk didapatkan. Sedangkan *Threats* (ancaman) adalah, lokasi usaha yang masih berstatus sewa, harga bahan baku yang tidak stabil, pesaing yang bergerak pada bidang yang sama, selera konsumen yang selalu berubah-ubah.
3. Rekomendasi alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam berdasarkan matriks SWOT adalah strategi ST, yaitu strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meminimalisir segala ancaman yang ada dilihat dari kekuatan yang dimiliki oleh Makan Sinar Muda Cabang Panam cukup banyak yang diharapkan dapat mengatasi semua ancaman yang akan dihadapi seperti menciptakan inovasi baru, meningkatkan kualitas produk dan memaksimalkan kualitas pelayanan.

Saran

Saran penulis kepada Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam agar dapat mengatasi kelemahan dan ancaman dengan memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada dengan sebaik-baiknya. Berdasarkan hasil penelitian. Peneliti memberi saran dan masukan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan di masa depan. Saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan pelayanan seperti meningkatkan kualitas rasa dari produk yang dibuat dan meningkatkan kualitas karyawan dalam melayani konsumen.
2. Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam diharapkan dapat terus memenuhi permintaan konsumen agar tidak beralih ke perusahaan lain seperti melayani setiap konsumen dengan baik dan menerima masukan-masukan dari konsumen
3. Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam diharapkan selalu memunculkan inovasi baru dalam perusahaannya agar tetap memiliki daya tarik bagi konsumen seperti membuat suatu produk baru dan mendesain outlet lebih menarik lagi agar konsumen merasa nyaman dan tidak mudah bosan.
4. Rumah Makan Sinar Muda cabang Panam diharapkan agar dapat melakukan kegiatan promosi agar dapat lebih dikenal dan menarik lebih banyak konsumen seperti mendaftarkan outlet agar masuk di aplikasi Go-Food sehingga dapat

memberikan pilihan kepada konsumen dalam melakukan pembelian dan dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- A.J Mc Eachern, William. 2001. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Arikunto, S., 2007, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi VI* hal 134, Rineka Apta, Jakarta.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategi*. Buku 1, Edisi kesepuluh. Jakarta : Salemba Empat.
- David, Fred, R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta
- Ferrel, O.C & D, Harline. 2005. *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Hariadi, Bambang. 2005. *Strategi Manajemen: Strategi Memenangkan Perang Bisnis*. Malang: bayu media publishing
- Heizer, Jay & Barry Render (2009). *Manajemen Operasi*. Edisi Sembilan. Buku Satu. Diterjemahkan oleh Chriswan Sungkono. Jakarta : Salemba Empat.
- Hunger, J. David & Wheelen, Thomas L. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi
- Jatmiko. 2004. *Pengantar Bisnis*. Malang: UMM Press
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketiga belas. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran terjemahan*, Edisi 1. Jakarta: Erlangga
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset
- Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Mowen, Jhon C dan Minor, Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Porter, Michael E. 2007. *Competitive Strategi (Strategi Bersaing)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group
- Radiany, Rahmady dan Sularso, Andi. 2007. *Konsentrasi Pemasaran*. Surabaya: Badan Penerbit Mahardhika.
- Rangkuti, Freddy. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Andi

Jurnal:

- Ahmad Ramadhan. 2013. Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran studi pada McDonald's Ring Road. *Medan: Universitas Sumatera Utara*
- Hayatul Mardiyah. 2015. *Analisis Swot Dalam Mengetahui Strategi Bersaing(Kasus Hotel Pangeran Pekanbaru)*. Pekanbaru: Universitas Riau
- Nizar Sapta Nuary. 2016. *Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT pada PT. Super Sukses Motor Banjarmasin*. Banjarmasin: STIE Pancasetia
- Amila Khusnita. 2011. *Analisis SWOT dalam Penentuan Strategi Bersaing (Studi Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Syariah Jember)* Jember : Universitas Jember