

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN JAJANAN S88 GARUT**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata*



Oleh :

SARA PUTI MAWARNI

1400781

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2019

Strategi Pengembangan Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Jajanan S88 Di Kabupaten Garut

Oleh
Sara Puti Mawarni

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Sara Puti Mawarni 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
September 2023


Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN


**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN DI JAJANAN S88 GARUT**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

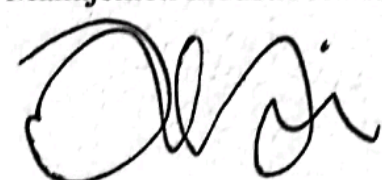
Pembimbing I

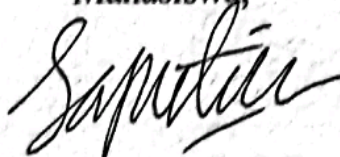

Bagja Waluya, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19721024.200112.1001

Pembimbing II


Oman Sukiman, MM.
NIP. 19760219.201504.2.001

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering


Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par.
NIP. 19700320.200812

Mahasiswa,

Sara Puti Mawarni
1400781

ABSTRAK

Strategi Pengembangan Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada

Jajanan S88 Garut

Oleh Sara Puti Mawarni

1400781

Jajanan S88 Garut adalah satu rumah makan yang ada di Kabupaten Garut. Menurut pusat badan statistik provinsi Jawa Barat 2018 terdapat 206 rumah makan dan 8 restoran di Kabupaten Garut. Melihat persaingan restoran di Kabupaten Garut yang semakin ketat, hal ini membuat pentingnya strategi untuk meningkatkan volume penjualan serta menghadapi persaingan antar usaha sejenis. Analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berdasarkan hasil wawancara, kuisioner, dan kepustakaan. Data yang diperoleh digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai lingkungan perusahaan terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh rumah makan agar dapat dirumuskan strategi dengan menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. Hasil analisis alternatif strategi pengembangan bisnis ini terdapat 5 alternatif. Strategi alternatif utama yaitu: Memperbaiki kinerja karyawan, menggunakan SOP, dan memiliki izin usaha yang resmi untuk menjaga kestabilan Jajanan S88 dengan nilai TAS sebesar 5,1.

Kata Kunci : Analisis SWOT, QSPM, Strategi Pengembangan Bisnis.

ABSTRACT

Business Development Strategies To Increase Sales Volume At Jajanan S88 Garut

Oleh Sara Puti Mawarni

1400781

Jajanan S88 Garut is a restaurant in Garut District. According to the statistical center of West Java province 2018 there are 206 restaurants and 8 restaurants in Garut District. Seeing the increasingly fierce competition in restaurants in Garut District, this makes the importance of strategies to increase sales volume and face competition between similar businesses. The analysis used is quantitative descriptive analysis with data collection techniques based on interviews, questionnaires, and literature. The data obtained is used to get a picture of the company's environment related to strengths, weaknesses, opportunities, and threats owned by the restaurant so that strategies can be formulated using the matrix IFE, EFE, IE, SWOT, and QSPM. The results of the analysis of alternative business development strategies there are 5 alternatives. The main alternative strategies are: Improve employee performance, use SOPs, and have an official business license to maintain the stability of Jajanan S88 with a TAS value of 5.1.

Keywords: *SWOT Analysis, QSPM, Business Development Strategy.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Jajanan S88 Garut”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk menghasilkan strategi apa yang cocok digunakan pada Jajanan S88 Garut.

Segala upaya telah dilakukan dalam penyusunan skripsi ini. Namun, penulis menyadari akan kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperbaiki kekurangan tersebut di masa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan khususnya bagi penulis.

Garut, November 2019

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses penyusunan skripsi banyak orang-orang yang berjasa dalam membimbing, memberi masukan, dukungan materil dan moril yang tiada henti kepada penulis. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Bagja Waluya, M.Pd. selaku dosen pembimbing 1 yang telah dengan sabar mendampingi dan memberi masukan kepada penulis. Terima kasih atas curahan ilmu dan bimbingannya yang sangat berharga.
2. Bapak Oman Sukiman, MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah dengan sabar mendampingi dan mengevaluasi tulisan penulis. Terima kasih atas curahan ilmu dan bimbingannya yang sangat berharga.
3. Ibu Dewi selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia yang memberikan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Supriyono selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan semangat, saran.
5. Papah Iwan Nurodin dan Mamah Latifah Haryaningsih sebagai orang tua yang selalu membimbing setiap langkah, terima kasih untuk segala kasih sayang yang tiada henti diberikan dan terus mendukung penulis selama ini. Kepada Sundus Indah dan Fathir Muhammad selaku adik yang membantu dan tiada henti memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Sara Puti Mawarni,2023

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN JAJANAN S88 DI KABUPATEN GARUT
Universitas pendidikan Indonesia|repository.upi.edu|perpusatakaan.upi.edu

6. Beny Santoso sebagai suami yang terus mendampingi, membantu dan selalu memberi semangat kepada penulis, terima kasih atas kasih sayang yang diberikan.
7. Rafania Puti Santoso sebagai anak terima kasih selalu memberi kekuatan kepada bunda.
8. MIK angkatan 2014 yang telah memberi banyak kesan selama perkuliahan.
9. MIK angkatan 2015 yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, sekecil apapun yang kalian bantu dapat begitu berarti bagi penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan semoga Allah SWT melimpahkan ilmu dan karunia-Nya kepada kita, aamiin.

Garut, November 2019

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	iii
Ucapan Terimakasih	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, dan Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Pariwisata	6
2.2 Wisata Kuliner	8
2.3 Restoran dan Rumah Makan	9
2.4 Pengembangan Bisnis	12
2.5 Penjualan	13
2.6 Manajemen Strategik	14
2.6.1 Definisi Manajemen	14
2.6.2 Definisi Strategik	15
2.6.3 Definisi Manajemen Strategik	16
2.7 Analisis SWOT	19
2.8 Penelitian Terdahulu	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	24

3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Operasional Variabel	24
3.4 Populasi	28
3.5 Sampel	29
3.6 Uji Validitas dan Reabilitas	29
3.7 Teknik Pengumpulan Data	31
3.8 Metode Pengolahan Data dan Analisis Data	32
3.8.1 Tahapan Input	32
3.8.2 Tahapan Pencocokan	35
3.8.3 Tahapan Keputusan	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Singkat Jajanan S88 Garut	38
4.2 Visi dan Misi Jajanan S88 Garut	38
4.3 Struktur Organisasi Jajanan S88 Garut	39
4.4 Gambaran Umum Responden	40
4.4.1 Pemilik Jajanan S88 Garut	41
4.4.2 Karyawan Jajanan S88 Garut	41
4.4.3 Konsumen Jajanan S88 Garut	42
4.5 Analisis Data dan Pembahasan	44
4.5.1 Analisis Data Kuisisioner	44
4.5.2 Analisis Hasil Wawancara	54
4.5.3 Rekapitulasi Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal Jajanan S88 Garut	60
4.5.4 Analisis Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	61
4.5.5 Analisis Matriks EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>)	63
4.5.6 Analisis Matriks IE (<i>Internal-Eksternal</i>)	64
4.5.7 Analisis Matriks SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunity, Treath</i>)	66
4.5.8 Menentukan Strategi Utama (Prioritas) Menggunakan Analisis QSPM (<i>Quantitive, Strategics, Planning, Matriks</i>)	69

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	73
Daftar Pustaka	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisata Kabupaten Garut 2011-2015	2
Tabel 1.2 Data Rumah Makan dan Restoran di Kabupaten Garut	2
Tabel 1.3 Penjualan S88 Desember 2017-Februari 2019	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasional Variabel	25
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 3.3 Reliability Statistics	31
Tabel 3.4 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	33
Tabel 3.5 Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	33
Tabel 3.6 Matriks SWOT (<i>Strength-Weaknees-Oppurtunity-Threat</i>)	36
Tabel 3.7 QSPM (<i>Quantitative Strategies Planning Matriks</i>)	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhirnya	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhirnya	43
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Gaji dan Pekerjaan	44
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Atasan	45
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Lingkungan Kerja	46
Tabel 4.10 Rekapitulasi Skor Indikator dari Kuisisioner Karyawan Jajanan S88 Garut	46

Sara Puti Mawarni,2023

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN JAJANAN S88 DI KABUPATEN GARUT

Universitas pendidikan Indonesia|repository.upi.edu|perpusatakaan.upi.edu

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Emosional	47
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	48
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Harga	49
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	49
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Kemudahan	50
Tabel 4.16 Tanggapan Konsumen Terhadap Pertanyaan Popularitas	51
Tabel 4.17 Rekapitulasi Skor Indikator dari Kuisisioner Konsumen Jajanan S88 Garut	53
Tabel 4.18 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Struktur Organisasi	54
Tabel 4.19 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Sumber Daya Manusia	54
Tabel 4.20 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Keuangan	55
Tabel 4.21 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Produksi	55
Tabel 4.22 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Pemasaran	56
Tabel 4.23 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Kebijakan Pemerintah	57
Tabel 4.24 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Sosial	57
Tabel 4.25 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Politik	58
Tabel 4.26 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Teknologi	58
Tabel 4.27 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Perantara Pemasaran	59
Tabel 4.28 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Pesaing	59
Tabel 4.29 Hasil Wawancara Nasumber Mengenai Pemasok	60
Tabel 2.30 Analisis Matriks IFE Jajanan S88 Garut	63
Tabel 4.31 Analisis Matriks EFAS Jajanan S88 Garut	64
Tabel 4.32 Matriks SWOT Jajanan S88	66
Tabel 4.33 Analisis Matriks QSPM Jajanan S88	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Matriks <i>Internal-External</i> (IE)	35
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Jajanan S88	39
Gambar 4.3 Rekapitulasi Skor Indikator dari Kuisisioner Karyawan Jajanan S88 Garut	47
Gambar 4.4 Tanggapan Konsumen Terhadap Pertanyaan Popularitas	52
Gambar 4.5 Rekapitulasi Skor Indikator dari Kuisisioner Karyawan Jajanan S88 Garut	53
Gambar 4.6 Hasil Analisis Matriks IE Jajanan S88	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan untuk Pemilik	77
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian Karyawan	79
Lampiran 3. Kuisisioner Penelitian Konsumen	81
Lampiran 4. Rekapitulasi Kuisisioner Konsumen	83
Lampiran 5. Rekapitulasi Identitas Konsumen	87
Lampiran 6. Rekapitulasi Identitas Karyawan	92
Lampiran 7. Rekapitulasi Kuisisioner Karyawan	93
Lampiran 8. <i>Paired Comparison Scale IFE</i>	94
Lampiran 9. Tabel <i>Paired Comparison Scale EFE</i>	95

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Fred R. David. (2010). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Fred R. David. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Fattah, Nanang. (2015). *Manajemen Strategik Berbasis Nilai (Value Based Strategic Management)*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- I Ketut dan I Gusti. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Pustaka Larasan
- Pitana, I. Gede dan Gayantri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Taufikqurohman. (2016). *Manajemen Strategik*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama
- Tripomo, Tedjo dan Udan. (2005). *Managemen Strategi*. Bandung: Rekayasa Sains
- Umar, Husein. (2010). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis serta Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Umar, Husein. (2008). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Jurnal:

- Aditya, Andreas. (2015). *Perancangan Interior Kafe Dan Resto The Historic Of Blitar*. Surabaya: Jurnal Intra. Vol. 3, No. 2
- Endang, Faizal. (2017). *Restoran Bisnis Berbasis Standar Kompetensi*. Bandung: Jurnal Pariwisata. Vol.04, No.01
- Eri Besra. (2012). *Potensi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang*. Padang: Jurnal Universitas Padjadjaran. Vol.12, No.01
- Istiqomah, Irsad. (2017). *Analisis SWOT Dalam Pengembangan Bisnis*. Kudus: Jurnal Bisnis. Vol.05, No.02
- Mappasiara. (2018). *Manajemen Strategik Dan Manajemen Operasional Serta Implementasinya Pada Lembaga Pendidikan*. Makassar: Jurnal Idaarah. Vol.02, No.01

- Nisak, Zuhrotun. (2014). *Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif: Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif Pada Ud. Damai 4 Gresik*. Lamongan: Jurnal Unisla
- Rachmawati, Rina. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Peningkatan Penjualan (sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)*. Semarang: Jurnal Kompetensi Teknik. Vol. 2, No.2
- Saiful, Iskandar. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Dalam Teknologi Informasi*. Medan: Jurnal Saintikom. Vol.05, No.02
- Sancoko, Aldo Hari. (2015). *Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya*. Surabaya: Jurnal Universitas Kristen Petra. Vol.03, No.01
- Utami dan Imron. (2012). *Perumusan Strategi Perusahaan Berdasarkan Competitive Advantage*. Yogyakarta: Jurnal UMS. Vol.11, No.02
- Yustisia, Michael, dan Samuel. (2018). *Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang*. Banten: Jurnal Khasanah Ilmu. Vol.09, No.01

Undang-Undang Dasar:

DPR RI. UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No.KN.73/PVVI05/MPPT-85 tentang Peraturan usaha Rumah Makan

Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 304/Menkes/Per/89 tentang persyaratan rumah makan

UU No 9 tahun 1990 pasal 1

Internet:

Badan, Pusat, Statistik, Provinsi, Jawa, Barat. (2018). *Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik di Provinsi Jawa Barat, 2012-2016*. [Online] Tersedia: <https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/473/jumlah-wisatawan-mancanegara-dan-domestik-di-provinsi-jawa-barat.html> (26 Februari 2019)

Badan, Pusat, Statistik, Provinsi, Jawa, Barat. (2018). *Banyaknya Rumah Makan/Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Barat, 2016*. [Online] Tersedia: <https://jabar.bps.go.id/statictable/2018/03/23/479/banyaknya-rumah-makan-restoran-menurut-kabupaten-kota.html> (26 Februari 2019)

Provinsi, Jabar. (2018). *Jawa Barat dalam Konstelasi Nasional*. [Online] Tersedia: <http://www.jabarprov.go.id/infografis/#1#sekilas-jabar> (26 Februari 2019)